

Jacques Attali

Istoriile mass-mediei

De la semnalele cu fum
la rețelele de socializare
și dincolo de ele



Jacques Attali

Istoriile mass-mediei

De la semnalele cu fum
la rețelele de socializare
și dincolo de ele

Traducere de Magda Jeanrenaud



HISTOIRES DES MÉDIAS de Jacques Attali

© LIBRAIRIE ARTHÈME FAYARD, 2021

© 2022 by Editura POLIROM, pentru ediția în limba română

www.polirom.ro

Editura POLIROM

Iași, B-dul Carol I nr. 4; P.O. BOX 266, 700505

București, Splaiul Unirii nr. 6, bl. B3A, sc. 1, et. 1;

sector 4, 040031, O.P. 53

ISBN ePub: 978-973-46-9226-2

ISBN PDF: 978-973-46-9227-9

ISBN print: 978-973-46-8789-3

Coperta: Radu Răileanu

Pe copertă: © iStockphoto.com/Nastasic

Această carte în format digital (e-book) este protejată prin copyright și este destinată exclusiv utilizării ei în scop privat pe dispozitivul de citire pe care a fost descărcată. Orice altă utilizare, incluzând împrumutul sau schimbul, reproducerea integrală sau parțială, multiplicarea, închirierea, punerea la dispoziția publică, inclusiv prin internet sau prin rețele de calculatoare, stocarea permanentă sau temporară pe dispozitive sau sisteme cu posibilitatea recuperării informației, altele decât cele pe care a fost descărcată, revânzarea sau comercializarea sub orice formă, precum și alte fapte similare săvârșite fără permisiunea scrisă a deținătorului copyrightului reprezintă o încălcare a legislației cu privire la protecția proprietății intelectuale și se pedepsesc penal și/sau civil în conformitate cu legile în vigoare.

Lectura eco - un supererou al lumii moderne!

Versiune digitală realizată în colaborare cu Libris.ro



JACQUES ATTALI (n. 1943), eseist, doctor în științe economice, a fost timp de zece ani consilier al lui François Mitterrand. Este fondatorul a patru instituții internaționale: Action Contre la Faim, Eureka, Positive Planet și Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare. A fost inclus de *Foreign Policy Magazine* printre primii 100 de intelectuali publici ai lumii. Dintre numeroasele sale volume amintim *Meurtres, en toute intelligence*, *Diderot ou le bonheur de penser* și *Présents parallèles*. De același autor la Editura Polirom: *Scurtă istorie a viitorului* (2007, 2016), *Cum să ne apărăm de crizele următoare* (2019) și *Istoriile alimentației. Ce va să zică a mânca?* (2020).

Nu poți spune adevărul la televizor, se uită prea multă lume.

Coluche¹

- ¹. Coluche, figură emblematică a culturii franceze, a fost un umorist, om de televiziune și actor de mare succes, candidat, în 1981, la alegerile prezidențiale din Franța. Foarte sensibil la mizeria socială din societatea franceză, a întemeiat celebrele *Restos du cœur*, care-și continuă și azi activitatea. Este autorul așa-numitei „legi Coluche”, votată în 1988, care permite celor ce fac donații pentru persoanele aflate în dificultate să deducă un anumit procent din sumele impozabile (n. tr.).

Introducere

Ce înseamnă a informa? Care este raportul dintre a informa, a convinge, a explica, a distra? În ce fel a modificat actuala pandemie modalitățile de informare? Cum poate fi stăpînit fluxul zvonurilor și al știrilor false? Ce media vor supraviețui actualei crize? Cînd a început lumea să se informeze și cum anume? Cine a publicat primul ziar? Cine a fost primul ziarist? Vor mai exista ziare, posturi de radio, televiziuni, rețele de socializare, ziaristi în 2050? Dar în 2100? Va mai ști oare lumea să deosebească adevărul de neadevăr? Informația de distracție? La ce ne va folosi să fim informați, dacă astfel li se vor furniza altora mijloacele de a ne supraveghea? Cum va influența actualul și viitorul potop de informații, adevărate sau false, modul nostru de a gestiona marile probleme ale prezentului și viitorului? Va rezista democrația în fața multiplelor forme de cenzură și de supraveghere, precum și a avalanșelor de neadevăruri ce se revarsă și se vor revărsa asupra lumii? Vor continua unele țări să considere că ziaristica este o activitate suspectă, ce trebuie supravegheată?

Rețelele de socializare vor fi oare înlocuite de un alt val tehnologic, și mai puternic? Cine va stăpîni media de mîine? Vom dispune oare de mai multe mijloace pentru a fi bine informați, pentru a împărtăși cunoașterea, pentru a pune la îndemîna tuturor nenumăratele unelte de luptă împotriva minciunii? Ziariștii vor fi oare înlocuiți în totalitate de automate sau vor continua să fie actori de neînlocuit ai democrației, garanți ai adevărului? Va avea toată lumea acces la infinitatea hologramelor celorlalți? Vom comunica oare într-o bună zi direct prin gîndire? Va fi oare posibil să transmitem cîndva propria conștiință de sine altora? Cum să ne slujim de tehnologiile viitorului ca să înțelegem lumea, să spunem adevărul, să fraternizăm, să acționăm, să nu îndurăm noi asupriri și să cucerim noi libertăți?

Dintotdeauna, omul a simțit nevoia de a ști ce anume îl amenință, ce le dăunează sau le folosește celorlalți.

În primele sute de milenii ale istoriei sale, cvasitotalitatea oamenilor nu au avut acces decît la informațiile pe care le puteau afla prin intermediul familiei, tribului, vizitatorilor, invadatorilor și al naturii înconjurătoare. Mai recent, oamenii au început să fie informați de conducătorii civili, militari și religioși ai imperiilor din care făceau parte satele locuite de ei și care le impuneau legile și relatările.

Foarte multă vreme încă, informația, cea a celor puternici, precum și cea a popoarelor, a călătorit cu viteza pasului omenesc; uneori, cu viteza semnalelor cu fum. Apoi, unele popoare au învățat să transmită informații mai precise,

datorită scrisului și, ulterior, cu mai mare repeziciune, datorită galopului unui cal.

Timp de încă trei milenii, pentru a comunica, oamenii s-au mulțumit să trimită semnale, să vorbească, să strige, să cînte, să se exprime prin muzică, să scrie, să facă înscrisuri pe piatră, pe pînză, pe tulpini de trestie. Cele mai prețioase informații circulau în mare taină între principi, generali, preoți și negustori. De fapt, încă mult timp, istoria informației nu s-a deosebit de cea a corespondenței: singurele mesaje care circulau erau mesajele private, iar beneficiarii lor hotărau ulterior dacă le difuzau mai departe sau dacă le păstrau pentru uz personal; comunicarea scrisă rămînea rezervată celor puternici, care își transmiteau apoi ordinele către popor. Prin înscrisuri sau prin strigare. Dintotdeauna au avut nevoie să mintă, să ascundă, să manipuleze pentru a dăinui.

Apoi, în China, acum zece secole, și în Europa, acum cinci secole, tiparul a ușurat oarecum difuzarea textelor, care nu au mai trebuit copiate de mînă.

În Europa, doar persoanele care știau să citească, foarte puțin numeroase, aveau acces la aceste informații, multă vreme încă extrase în cea mai mare parte din corespondențele private. Apoi ele au fost reunite, în Italia și, ulterior, în Flandra, în niște *avvisi* inițial manuscrise și, odată cu apariția tiparului, difuzate în cîteva exemplare sub denumirea de „gazete”, precum și în pamflete distrugătoare, care urmăreau eliberarea Europei de sub jugul Sfîntului Imperiu Roman de Națiune Germană și al Bisericii Catolice. Cel puțin pînă la jumătatea secolului al XVIII-lea, cei care nu se numeau încă „ziariști” erau, în marea lor majoritate (cu excepția Provinciilor Unite, prima țară unde dispărea cenzura), slujbașii

unei puteri ale cărei merite trebuiau să le preamărească. Și încă multă vreme, peste tot în lume, popoarele nu au avut acces decît la ordinele puterilor, la povestirile preoților, la zvonurile din piețe, la cîntecele trubadurilor.

Tot în Țările de Jos, apoi în Anglia și în Statele Unite (și abia perceptibil în Franța), își fac apariția, la sfîrșitul secolului al XVIII-lea, persoane a căror meserie este să caute și să verifice informații, apoi să le transmită: ziaristii. În restul lumii, acești profesioniști nu vor apărea decît la sfîrșitul secolului al XIX-lea.

Ziarist: o meserie de înalt nivel, fundamentală pentru democrație, ea însăși aflată pe atunci la început.

O meserie a libertății, a adevărului și a înfruntărilor, ce se zbate între puterea banului (care, în democrații, stăpînește și în prezent cele mai puternice media, printre care se numără rețelele de socializare) și puterea polițienească (care, în dictaturi, controlează și în zilele noastre toate rețelele de comunicare).

O meserie adesea alterată de producția de anecdote, de scandaluri false, de calomnii.

O meserie amenințată să dispară atunci cînd tehnologiile permit oricui să o exercite, fără vreo limită sau vreun control al adevărului, pentru a nu le vorbi decît de ele înseși unor comunități pe care doar rețelele de socializare le controlează.

O meserie tot mai proletarizată atunci cînd niște automate pot produce articole și reportaje audiovizuale.

O meserie mai necesară decît oricînd pentru a asista la evenimente, a prezenta faptele, a denunța scandalurile, a detecta știrile false, a provoca dezbateri, a face să se confrunte între ele puncte de vedere contradictorii.

Peste tot, media demne de admirație se luptă actualmente pentru a înlesni cunoașterea adevărului și a materializa libertatea de opinie; peste tot, o altă parte a media se pleacă în fața puterilor; iar o alta difuzează, mai mult sau mai puțin cu bună știință, informații false, știri lipsite de miez, scandaluri fute, distracții derizorii, fără a mai deosebi ceea ce este important de ceea ce nu este decît prin capacitatea de a produce vîlvă. Multe dintre aceste media sînt (și, în curînd, vor fi în și mai mare măsură) discreditate, disprețuite, urîte asemenea tuturor celorlalte puteri pe care pretind că le combat. Puține sînt acele media care au înțeles în prezent că oamenii vor ca, atunci cînd sînt informați, să li se propună mijloace de acțiune.

Iar mîine? Ce se va alege din media, dar și din democrație cînd va fi posibil să se facă astfel încît realul și artefactul să nu mai poată fi deosebite? Cînd orice viață privată va deveni cu desăvîrșire publică? Cînd pînă și rețelele de socializare vor fi depășite de roboți în stare să producă la infinit articole imposibil de verificat, zvonuri imposibil de controlat, propagandă imposibil de oprit? Cînd mijloacele de supraveghere și cele polițienești se vor fi dezvoltat dincolo de ce este astăzi imaginabil? Și, mai mult, cînd va fi posibil să te cufunzi în direct în holograma realității și imaginarului cuiva. Și cînd altele se vor ivi din niște tehnologii nebunești, aparent neverosimile, și totuși, cum vom vedea, iminente...

Tehnologii din care putem încă extrage tot ce este mai folositor, pentru a înțelege lumea, pentru a spune adevărul, pentru a ne uni, a acționa, a apăra și adînci democrația și pentru a construi libertăți anevoioase.

Prin urmare, cum putem desluși axele acestui viitor? Prin intermediul Istoriei. Pentru că, la fel ca în cazul tuturor celorlalte domenii a căror evoluție am încercat pînă acum să o prevăd (muzica, medicina, măsurarea timpului, sedentaritatea, iudaismul, modernitatea, nomadismul, proprietatea, datoria publică, dragostea, marea, alimentația, epidemiile), viitorul mediei nu poate fi imaginat și controlat cu precizie decît dacă ne întoarcem foarte departe în istoria sa sau, mai degrabă, în istoriile sale.

În lumea actuală, a urgenței și a nerăbdării, poate că puțini vor fi cei doritori să citească lungile istorii ce urmează. Ele sînt totuși pasionante și esențiale pentru a înțelege cine sîntem, încotro ne îndreptăm și cum putem să ne controlăm destinul.

Pentru a veni în întîmpinarea celor nerăbdători, iată un rezumat în cîteva rînduri. Urmat de altul în cîteva pagini.

În cîteva rînduri:

Fascinantă istorie, ce începe odată cu apariția cuvîntului și cîntului, a zvonurilor și semnalelor cu fum, a bătailor de tobe și stelelor, a cioplitorilor în piatră și pictorilor din peșteri, a cîntăreților ambulanți și vestitorilor, aezilor și scribilor, colportorilor și mesagerilor; mai întîi pedestri și apoi călare. Apoi, în Europa, urmează *avvisi*, mai întîi în formă manuscrisă, cele dintîi texte puse în vînzare pentru știrile pe care le conțineau. Au urmat tipăriturile, gazetele, broșurile, pamfletele, cronicile, albumele, *Flugschriften*, *news*, ziarele, agențiile de presă, revistele, publicitatea, fotografia, telefonul, radioul, cinematograful, banda desenată, televiziunea, Internetul, rețelele de socializare, piețele de desfacere,

grafurile sociale și atâtea altele... Principalul canal media din zilele noastre, Internetul, va fi, într-o bună zi, depășit de alte tehnologii, de alte forme de media, care vor îngădui tuturor să se cufunde în artefactele evenimentelor, pînă la artefacte înzestrate cu o conștiință de sine, poate capabile cîndva să transmită această conștiință. Odată cu acestea vor dispărea ultimele mijloace de a deosebi adevărul de neadevăr.

Pentru a apăra libertățile, pentru a da un sens mediei viitorului, trebuie făcute de urgență reforme uriașe, la toate nivelurile. Va trebui dezvoltat spiritul critic, vor trebui găsite metode de a deosebi adevărul de neadevăr, ziariștii vor trebui formați mai bine, rețelele de socializare vor trebui dezmembrate, va trebui înlesnită apariția unor noi canale media, pe care eu le numesc „*avvisi digitale*”, bazate pe tehnologiile viitorului, pentru a scăpa din ghearele rețelilor de socializare și ale urmașilor lor.

În cîteva pagini:

Putem descifra în Istorie cîteva legități, valabile de cîteva milenii și care ar putea continua să fie valabile cel puțin cîteva decenii:

1. Mijloacele de difuzare a mesajelor private se transformă unele după altele în mijloace de comunicare de masă: corespondența scrisă devine ziar; telefonul devine radio; fotografia devine televiziune; mesajul electronic devine Internet. Alte mijloace de transmitere a informației vor urma.
2. Mijloacele de informare servesc și la autoeducare, la cultivarea spiritului, la destindere, la crearea operelor de artă. Ele au făcut posibilă apariția sculpturii, gravurii,

tiparului, fotografiei, discului, cinematografului, radioului, televiziunii, jocului video și jocurilor online.

3. Diversele modalități de a produce și a difuza informațiile, care au devenit rînd pe rînd activități comerciale, sînt treptat automatizate și înlocuite de artefacte (de la tipar și pînă la rețelele de socializare).
4. Un instrument de comunicare este înainte de toate o sursă de putere pentru politică, de profit pentru proprietarii lui și de divertisment pentru clienți.
5. Forma ideologică, culturală, economică, politică a fiecărei societăți determină în mare măsură modul în care fiecare poate sau alege să fie informat.
6. Invers, viitorul politic, cultural, economic și social al fiecărei societăți depinde de modul în care fiecare dintre membrii ei este sau nu este informat.
7. Principala putere geopolitică a unei epoci este națiunea care stăpînește cel mai bine mijloacele de comunicare și de informare ale momentului și care știe cum să le folosească pentru a exercita influență în afara granițelor sale.
8. Puterea implică posesia mijloacelor de a fi informată înaintea tuturor despre lucrurile cu adevărat importante, selectarea informațiilor ce vor fi transmise celorlalți, cenzurarea, tăinuirea sau denigrarea tuturor celorlalți.
9. Media încearcă dintotdeauna să cunoască preferințele clienților lor, tot așa cum puterile încearcă să le cunoască pe cele ale supușilor lor; și unele, și altele încearcă să supravegheze, să seducă, să sperie, să distreze, să capteze atenția, să valorifice cît mai bine datele pe care le obțin, fie pe cale polițienească, fie pe cale politică sau financiară.

10. Tot mai mulți oameni, atît în cifre absolute, cît și în cifre relative, au acces la informații verificabile și demonstrabile. Tot mai mulți oameni se aflau în situația de a furniza informații credibile despre evenimente la care au fost martori nemijlociți sau ale căror consecințe le pot analiza.
11. Accesul egal, liber și al tuturor la toate informațiile pertinente și utilizabile pentru acțiune constituie condiția existenței democrației, chiar dacă nu este suficient pentru a împiedica instalarea unei dictaturi.
12. Toate simțurile au fost, sînt și vor fi puse rînd pe rînd la contribuție pentru a comunica, a informa, a manipula, a subjuga, a acționa, a elibera: văzului și auzului le vor urma pipăitul, mirosul și gustul. Și încă multe altele.

Dacă toate aceste tendințe, care acționează de milenii, continuă (și ele vor continua, dacă nu se întreprinde nimic pentru a le controla din nou), umanitatea va fi din ce în ce mai evident structurată în trei grupuri: unul, foarte minoritar, al nomazilor de lux, care controlează cea mai importantă parte a cunoașterii și a bogățiilor; un altul, de foarte mari dimensiuni, al nomazilor mizeri, care nu au acces la aproape nici o informație folositoare; și un al treilea, intermediar, al persoanelor amenințate, care speră să pătrundă în primul grup și se tem să nu se trezească în cel de-al doilea.

Statele vor pierde treptat orice putere în confruntarea cu marile grupuri ce colectează și produc informații, care vor exercita toate puterile și vor prelua la un moment dat, prin intermediul datelor colectate, de la naștere pînă la moarte,

toate serviciile publice, de la educație la divertisment, de la producție la sănătate.

Se va trece de la hipersupravegherea din zilele noastre la autosupraveghere, cînd, pentru a fi protejați, toți se vor resemna să furnizeze acestor puteri, de bunăvoie, tot mai multe informații despre ei înșiși; cînd fiecare va fugi de moarte prin divertisment mai mult decît printr-o credință sau un ritual. Democrația, cu compromisurile ei, va fi din ce în ce mai puțin apreciată și apărută. Statul însuși nu va mai fi decît un nume de împrumut pentru aceste firme planetare.

În universul acesta, în cîteva țări, unii vor continua, timp de cîteva decenii, să cumpere și să citească ziare tipărite, să asculte radioul, să urmărească televiziunea și să utilizeze rețele de socializare; privilegiații vor beneficia mereu, altfel și înaintea celorlalți de informațiile decisive și le vor folosi de fiecare dată pentru a face avere sau cel puțin pentru a-și consolida privilegiile. Generalizarea informației, care ar trebui să fie democratică, nu va fi în cele din urmă decît un subterfugiu pentru proletarizarea claselor de mijloc, o cale de a le face să fie dependente.

Majoritatea ziariștilor vor cunoaște din ce în ce mai mult precaritatea; numeroase activități care odinioară le erau repartizate lor vor fi preluate de roboți sau de nenumărați amatori. Doar cei care vor ști să creeze media de nișă sau algoritmi (sau și una, și alta) vor putea supraviețui o vreme.

Și apoi, unele după altele, aceste canale media vor dispărea – în orice caz, în forma în care le cunoaștem astăzi; ființele umane vor fi atunci cufundate în artefactele evenimentelor, și nu doar informate despre desfășurarea lor. Acolo, vor fi singuri sau însoțiți doar de cei pe care grafurile

lor sociale îi vor impune ca fiind tovarășii lor naturali. Mult mai târziu, holograma spectatorului va pătrunde în reprezentarea holografică a unui joc, a unui spectacol sau a unui eveniment. Fiecare se va comporta ca un spectator real al evenimentului și va interacționa cu cei care-l trăiesc.

Fără doar și poate, puterile, contraputerile, mișcările politice și teroriste vor utiliza toate tehnologiile acestea pentru a distra, supraveghea, recompensa, speria și pedepsi.

După încă o vreme, când pipăitul și mirosurile vor putea fi la rîndul lor transmise, realitatea și virtualul nu vor mai putea fi deosebite între ele.

Cîndva se va merge poate și mai departe și creierele a două persoane vor fi făcute să comunice nemijlocit, mai întîi pentru a transmite mesaje personale, apoi pentru a trimite informații simultan către mai multe creiere.

La limită, poate că va veni o zi cînd transmiterea gîndirii va permite transferul amintirilor, opiniilor, gusturilor și chiar al conștiinței de sine către o hologramă, către oricare alt fel de artefact sau către o clonă. Ființele umane – în orice caz, cele mai bogate și mai puternice dintre ele – vor deveni atunci niște algoritmi biochimici nemuritori. Nu vor mai avea nevoie de divertisment pentru a uita teama de moarte.

Transmiterea informației își va atinge atunci scopul ultim. Iar artificializarea viului, principalul motor al Istoriei, își va fi îndeplinit utopia: crearea nemuritorului artefact al sinelui, înzestrat cu conștiință de sine. Nemuritor pentru că e artefact. Artefact pentru că e nemuritor.

Descoperim atunci că soarta întregii condiții umane este determinată de istoriile canalelor media.

Pentru a controla acest viitor, pentru a împiedica astfel de derive, anumite grupuri vor apăra ideologiile înrădăcinării, ale închiderii, ale credinței, ale sectarismului, ale comunitarismului; vor face să domnească teroarea pentru a obține supunerea. În unele țări vor triumfa și vor instaura, pentru o vreme, dictaturi religioase, identitare sau ecologice. Vor încerca să închidă gura tuturor canalelor media și să se slujească de cele care vor accepta să devină instrumente de propagandă, cum au procedat atâtea alte regimuri de-a lungul istoriei. Și, pentru o vreme, vor reuși.

Alte grupuri vor lupta, în numele respectării adevărului, al echilibrului puterilor, al instaurării unor democrații pozitive, pentru ca întreaga omenire să aibă acces la mijloacele necesare pentru a se cultiva, a se informa, a critica, a căuta, a gândi, a fi liberă.

În acest scop, multe reforme vor trebui îndeplinite. Reforma educației, pentru a putea deosebi adevărul de neadevăr. Reforma formării ziariștilor, pentru a-i înzestra cu abilitățile necesare pentru a duce aceste lupte. Reforma instrumentelor tehnice, pe care să le poată utiliza toată lumea pentru a-și controla datele personale, pentru a învăța cum să se informeze și a găsi timpul necesar reflecției. În fine, marile platforme vor trebui dezmembrate. Toate acestea nu vor putea fi îndeplinite decât printr-o bătălie planetară.

Dincolo de acest rezumat inevitabil caricatural, îi invit pe aceia dintre cititorii mei care ar avea ceva mai mult timp de consacrat acestui subiect major să parcurgă primele zece capitole ale acestei cărți, citind măcar toate intertitlurile și oprindu-se la cele ale paragrafelor care i-ar putea interesa.

Apoi să citească ultimele trei capitole și să extragă consecințele...

În ce mă privește, am considerat că această istorie este absolut pasionantă pînă în cele mai mici detalii ale sale și sper că am reușit să transmit aici fascinația mea față de amploarea tuturor acestor aventuri.

Capitolul 1

Știri princiare, știri ale popoarelor

*Din anii –30000 pînă la începutul erei
noastre*

Cu mult înainte de apariția speciei umane, ființele vii își transmiteau deja reciproc informații prin intermediul sunetelor, mirosurilor, gesturilor și mișcărilor. Pentru a supraviețui, a seduce, a avertiza în privința unui pericol, pentru a căuta hrană, pentru a organiza viața colectivă, pentru a evolua.

Nu altfel procedează animalele din zilele noastre: cînd se simte în pericol, șobolanul emite ultrasunete pentru a cere ajutor; balenele cîntă în nenumărate feluri pentru a se avertiza unele pe altele în privința unui pericol; păsările cîntă în nenumărate feluri pentru a transmite nenumărate mesaje specifice; papagalii imită vocea oamenilor pentru a comunica cu ei; albinele dansează în cerc în locul unde se găsește hrană și în forma cifrei 8 dacă locul nu este prielnic. Uneori, mesajele acestea sînt mincinoase sau viclene, pentru camuflare sau pentru atragerea într-o capcană.

Hominizii au început să comunice foarte timpuriu, încă dinaintea apariției lui *Homo sapiens sapiens*, prin semnale cu fum, strigăte, zgomote, crîmpeie de limbaj. Nu încă prin scriere.

Primul semn scris pentru a comunica pe care îl cunoaștem în prezent este un zigzag desenat pe o scoică, acum 500 000 de ani, în situl Trinil, din Java, Indonezia. Puțin mai târziu, oamenii schițau desene în peșteri, probabil cu intenția de a lăsa mesaje pentru urmași.

Nu este vorba doar despre o comunicare de proximitate: umanitatea este nomadă, la fel și comunicarea, prin însăși natura ei. Oamenii se deplasau mergînd pe jos, deocamdată fără ajutorul vreunui animal; informațiile circulau împreună cu ei. Fără îndoială că unii dintre cei puternici păstrau deja pentru uz personal mesajele cele mai valoroase.

Avem aproape certitudinea că acum aproximativ 30 000 de ani, în perioada gravetiană a Paleoliticului, oamenii își comunicau deja ideile și operele la distanțe foarte mari, de vreme ce s-au descoperit în Italia, în Austria, în Cehia, în Ucraina și în Siberia vreo 200 de reprezentări feminine după modelul uneia și aceleiași sculpturi, cunoscută sub numele Doamna din Brassempouy, descoperită în regiunea Landes din Franța.

Între anii -17000 și -13000, în ultima perioadă a Paleoliticului superior, operele pictate și gravate în peștera Lascaux, tot în Franța, ar putea fi și niște mesaje adresate tuturor celor care ar fi căutat un adăpost acolo, pentru a-i ajuta să deosebească animalele primejdioase, marcate prin săgeți pe desenele din peșteră.

Spre anii –8500, în Neolitic, o adevărată rețea de schimburi de topoare șlefuite și de scoici se întinde din Asia pînă în Alsacia; ea servește, și în acest caz, drept bază pentru schimburile de informații dintre popoare. La aborigenii australieni, și în zilele noastre, doar persoana căreia îi este destinat un semnal cu fum îl poate înțelege. Aceste semnale sînt utilizate de cel puțin 600 000 de ani. Sînt întîlnite și la iaganii care trăiesc de mai bine de 6 000 de ani în Patagonia, pentru a semnala balenele eșuate sau a trimite mesaje confidențiale; iar în 1520, cînd Magellan a zărit astfel de semnale pe coasta de-a lungul căreia naviga, a numit-o Tierra del Humo („Țara Fumului”), care avea să devină Tierra del Fuego („Țara de Foc”).

Chiar dacă în acele vremuri scrisul nu apăruse încă, erau deja utilizate semne încrustate pe vase, ceramică, lemn sau os și pictate sau gravate în peșteri sau pe stînci. Mesaje care sînt încă adesea misterioase. Și în aceste cazuri, ele se referă de cele mai multe ori la siguranța grupului: decese, apropierea unui dușman, boli, animale amenințătoare. Puțin mai târziu, aceste semne au început să exprime dorința celor puternici, mai ales a bărbaților, de a lăsa o urmă și de a povesti propria istorie, în special faptele lor vitejești.

Cam pe la –4800, în epoca cuprului, și pînă în –2700, în epoca bronzului (cînd nomazii devin sedentari și prind viață primele sate), sînt încrustate pe stînci simboluri războinice (cai, arme) sau religioase (un soare, o mîină). Și în acest caz, era vorba mai ales de bărbați.

Și în această perioadă, ca de foarte mult timp, continuă să fie utilizate strigătele pentru a transmite informații. Cum avea să relateze, mult mai târziu, Iulius Caesar în *Războiul galic*,

referindu-se la gali: „Căci, ori de câte ori se întâmplă ceva important și deosebit, galii anunță prin strigăte satele și regiunile; cei care primesc știrea o transmit mai departe celor din imediata apropiere”¹.

Timp de milenii, cel mai bine informați continuă să fie preoții, generalii, principii și negustorii, care îi supraveghează pe supuși și primesc, prin mesageri personali, informații exclusive pe care le păstrează pentru ei înșiși sau pe care, uneori, le împărtășesc celorlalți, prin intermediul inscripțiilor sau al vestitorilor; în general, deformându-le după propriile interese.

Totul se schimbă în jurul anilor –3300, odată cu trei revoluții aproape simultane: domesticirea calului, inventarea roții și cea a scrisului.

După aceste trei revoluții, nu vor mai interveni inovații majore în transmiterea informației vreme de patru mii de ani.

În Mesopotamia: calul, roata și scrisul provoacă o schimbare totală

Prima dovadă arheologică a domesticirii calului datează din anii –3500, în stepele din nordul Kazahstanului de astăzi, ținut locuit pe atunci de vânători-culegători din cultura Botai, nomazi ca aproape toți oamenii din acele vremuri. Ei foloseau calul la vânătoare, la paza oilor și ca hrană.

În aceeași perioadă apare roata; cea mai veche roată cunoscută astăzi a fost descoperită pe fundul unei mlaștini de lângă Ljubljana, în Slovenia; ea datează din –3340. Apoi, în Orientul Apropiat, apare carul cu roți, utilizat în agricultură, în bătălii și pentru transmiterea mesajelor.

Tot în aceeași perioadă, în Sumer, pe malurile marilor fluvii din Mesopotamia, unde s-a dezvoltat inițial agricultura, apare cea de-a treia invenție majoră, scrisul.

Într-o primă etapă, este vorba despre pictograme încrustate pe tăblițe din argilă, care se perfecționează treptat pînă ce devin „scrierea cuneiformă” (pictogramele avînd forma unor cuie). Ele sînt utilizate mai întîi pentru a face calculele necesare gestionării agriculturii, socotelile negustorilor și ale collectorilor de impozite, inventarele armatelor, caravelor și navelor, pentru a împărțasi popoarelor calendarul sărbătorilor, faptele vitejești ale împăraților, exercițiile de matematică și hărțile. Dar și pentru mesajele trimise de suveran vasalilor și slujitorilor săi.

Ulterior, pentru a aduce la cunoștința tuturor dispozițiile sale, suveranul hotărăște înscrierea lor pe tăblițe din bronz, care sînt atîrnate pe zidurile templelor. În temple și pe drumurile folosite de armate sînt instalate și stele. Pe ele sînt încrustate legile regilor, ordinele căpeteniilor militare, relatările victoriilor. În Mesopotamia, în situl de la Girsu, în anii –2450, o stelă comemorează victoria cetății Lagash împotriva cetății inamice Umma. Povestirea, relatată în limba akkadiană, este ilustrată cu desene reprezentînd bătălia, cu vulturi ce devorează rămășițe umane. Nu este nevoie să știi să citești pentru a înțelege mesajul.

În jurul anului –2100, în Caldeea, regele Sargon creează pentru uz propriu ceea ce pare a fi primul sistem organizat de transmitere a informațiilor înscrise pe plăci din argilă; el organizează batalioane de „purtători de vești bune”. Este cunoscută existența a 164 de astfel de purtători, călare sau pedestri, în timpul domniei lui Zimri-Lim (din –1775 pînă în –1761). Ei primeau o recompensă cînd aduceau o veste bună. Pentru uzul poporului, veștile circulau în continuare mai ales pe cale orală, cu precădere prin intermediul predicilor din temple.

Din –2000 pînă în –1800, în timpul perioadei paleoasiriene, în cetatea-stat Assur din Mesopotamia Superioară, doar prelații și negustorii știau să scrie pictograme și să citească mesajele. Celorlalți, chiar și regelui, le erau citite. Un scrib special i le citea regelui și scria răspunsurile după dictarea lui.

Prin anii –1500, scribii redactează, folosind tot tăblițe din argilă, povestiri istorice, apoi repertoriază victoriile militare. În –745, cronicile babiloniene erau încă înscrise pe tăblițe din argilă și transportate, cum se proceda de șapte secole, printr-un sistem de curieri cu ștafete.

Încă nu existau alte forme de comunicare a informațiilor.

În –500, regele Darius I, întemeietorul Persepolisului, care utiliza alfabetul aramaic (limbă vehiculară a vremii, derivată din alfabetul ebraic), consolidează și mai mult sistemul poștei regale, pe care-l moștenise de la predecesorii săi.

În aceeași perioadă, aflîndu-se printre evreii exilați la Babilon, Estera povestește că tovarășul ei Mardoheu, care era sfătuitorul regelui persan, avea misiunea, suprem privilegiu, de a scrie și a trimite mesajele regelui: „Au scris în numele împăratului Ahașveroș, și au pecetluit cu inelul împăratului.

Au trimis scrisorile prin alergători, călări pe cai și catîri născuți din iepe” (Eстера, VIII, 10²).

În Egipt, papirusul

În anii –3000, pe malurile altui fluviu, Nilul, apare o altă formă de scriere, mai simplă decît scrierea cuneiformă a mesopotamienilor, bazată pe un sistem de desene logice (hieroglificele).

Între anii –2500 și –2300, în timpul domniei lui Neferefre, faraon din Dinastia a V-a, textele religioase și edictul încep să fie scrise pe papirus și pe plăci din ceramică; textele religioase sînt apoi afișate pe zidurile templelor; legile, decretele regale și edictul comerciale, evenimentele importante (bătăliile, căsătoriile, pacea...) sînt anunțate prin gravuri și picturi pe vase sau pe stele, așezate în piețele publice și în locurile circulate. Documente administrative înscrise pe papirus circulă și între rege, magistrații locali și populație prin intermediul vaselor de pe Nil. Încă nu existau alte forme de comunicare a informației. Și puțini sînt cei care știu să citească, în majoritate bărbați.

În anii –1600, calul și roata pătrund în Egipt, laolaltă cu hicsosii, invadatori veniți dinspre est. Ei întemeiază Dinastia a XV-a și administrează Egiptul de Mijloc, fără a reuși să cucerească Egiptul de Sus, controlat de principii Tebei, care, știind să utilizeze caii, îi alungă pe hicsosi între –1570 și –1546.

În aceeași perioadă, în Sinai, sclavi evrei inventează primul alfabet, numit protosinaitic, din care vor deriva toate celelalte.

Între secolele al XV-lea și al XIII-lea înaintea erei noastre, faraonii inaugurează în Regatul Nou poșta călare, care le transportă mesajele către guvernatorii provinciilor, înalții funcționari și căpeteniile militare. În secolul al XII-lea înaintea erei noastre, acest itinerar poștal urma malul de vest al Nilului și lega Teba de Memfis. Un poem ce datează din secolul al XII-lea înaintea erei noastre descrie nerăbdarea cu care era așteptat mesajul: „O! dacă ai putea sosi grabnic la cea iubită/ Asemenea ștafetarului regal/ Al cărui cal așteaptă nerăbdător mesagerul/ Inima-i tânjește să-l audă venind/ Caii din grajduri sînt înșeuși pentru el/ Și-l așteaptă să predea ștafeta/ Căruța cu cai este pregătită/ În drumul său, ștafetarul nu are tihnă/ Inima lui este copleșită de bucurie”³.

În aceeași perioadă, o stelă este gravată spre a-l omagia pe faraonul Merenptah (cel de-al treisprezecelea fiu al lui Ramses al II-lea) pentru că a alungat din Egipt numeroase popoare (în special poporul evreu, care este pomenit pentru prima dată într-un text).

Sistemul poștei cu cai supraviețuiește în Egipt încă aproape o mie de ani. În -328, în timpul domniei Ptolemeilor, călăreții se schimbau la fiecare șase ore pentru a parcurge 180 de kilometri pe zi; mehariștii transportau, cu ajutorul dromaderilor, sacii poștali către așezările principale. Traseele cele mai scurte erau parcurse de curieri pedestri, care mergeau din sat în sat.

În India, stelele lui Ashoka

În India, cele dintîi urme ale veștilor și ordinelor transmise de cei puternici către popor sînt mai recente.

În Imperiul Maurya (din –321 pînă în –185), primul stat indian unificat, toți împărații, a căror reședință era la Pataliputra, în apropierea actualului oraș Patna (capitala statului Bihar), foloseau curieri călare pentru a transmite ordine guvernatorilor. Acestora le trebuia o lună pentru a ajunge la marginile imperiului.

Cel de-al treilea dintre acești împărați, Ashoka, care preia puterea în –273, folosea prima formă de scriere de pe Subcontinent, brahmi (un sistem de scriere alcătuit exclusiv din consoane, derivat din alfabetul aramaic, el însuși derivat din alfabetul ebraic, în timp ce în India de Nord apare, în aceeași perioadă, alfabetul kharosthi).

El însărcinează mai întîi un grup de trimiși să ducă mesajele sale în toate regiunile imperiului: dă ordin să fie gravate 33 de edicte pe sute de stînci și pe coloane, care sînt amplasate în tot imperiul. Acestea sînt cele mai vechi inscripții descoperite în India; ele sînt redactate în diversele idiomuri locale, precum și în greacă și aramaică.

Aceste edicte recomandau respectarea simțului datoriei (*dharma*), practicarea justiției și a toleranței („Doresc ca legile și pedepsele să fie uniforme”), renunțarea la violență și la război, autodisciplina, îngăduința și toleranța religioasă. Pe locul unde avusese loc o bătălie foarte sîngeroasă, împăratul dă ordin să fie înălțată o coloană specială, pentru a explica de ce s-a convertit la budism și pentru a face recomandări generațiilor viitoare: „Textul acesta a fost gravat pentru ca fiii

și nepoții pe care i-aș putea avea să nu se gîndească la noi victorii; pentru ca, în tot ceea ce întreprind ei, să prefere răbdarea și folosirea cu blîndețe a forței; și să considere victorie numai victoria Legii, care are un temei în lumea aceasta, ca și în cealaltă”.

În China, hîrtia

În China, ca și în alte părți, timp de milenii, primele mijloace de comunicare le-au constituit semnalele cu fum, porumbeii călători, calul.

Legenda spune că scrierea ar fi apărut în timpul domniei legendare a „Împăratului Galben” (din –2697 pînă în –2597), care i-ar fi cerut unuia dintre sfetnicii săi, pe nume Cang Jie, înfățișat ca avînd patru ochi, să inventeze un sistem de scriere.

De fapt, scrierea apare abia prin anii –1600: datînd din această epocă, s-au găsit inscripții pe oase și pe carapace de broască țestoasă, probabil pentru a comunica cu zeii. Tot atunci apar și ideogramele: mai întîi, linii și desene gravate pe carapace de broască țestoasă și pe omoplați de cerb. Se vorbește acolo despre recolte, climă, familia regală, expediții militare, ritualuri de îndeplinit și rugăminți adresate zeilor.

În –1000 (adică mult mai tîrziu decît în Mesopotamia și Egipt), principii foloseau curieri călare (*yi*) și pedestri (*you*) pentru a transmite mesaje înscrise pe tăblițe din bambus (foarte grele) sau pe țesături din mătase (*zhi*, foarte fragile). În –800, în timpul celei de-a treia dinastii Zhou, un specialist

imperial alcătuiește un catalog oficial al caracterelor autorizate. În -600 apar numeroase noi căi de comunicare terestre și maritime, dotate cu relee de schimb al ștafetelor.

Din -536 datează cea dintâi dezbateră ale cărei urme s-au păstrat privind importanța informării poporului: întîiul dregător al unei cetăți-stat din centrul Chinei dă ordin să fie gravat un cod penal, *Legislația pedepselor*, pe vase din fontă, pe care le împrăștie în piețele publice. Un dregător a vrut să se împotrivească spunînd că dacă legile devin publice, atunci populația va încerca să le ocolească sau va comite noi infracțiuni, încă neprevăzute în lege; întîiul dregător i-a răspuns că publicarea regulilor era necesară pentru a îmbunătăți legătura dintre populație și guvernanți și pentru a consolida statul.

Puțin mai tîrziu, în secolul al VI-lea înaintea erei noastre, în tratatul intitulat *Arta războiului*, Sun Tzu arată că minciuna este o armă necesară a puterii: „Întreaga artă a războiului este bazată pe înșelătorie”⁴.

În -221, în timpul domniei lui Qin Shi Huangdi – primul împărat a cărui existență este realmente dovedită – a fost creat un sistem de relee poștale la fiecare 15 kilometri. Acesta era administrat de armată, care se ocupa de cazare, aprovizionare, cai, căruțe și ambarcațiuni. Un curier călare parcurgea aproximativ 200 de kilometri pe zi; un plic roșu cu alb însemna un mesaj urgent. În -213, un catalog de ideograme este adus la cunoștința scribilor, cu obligația de a le utiliza în cazul documentelor administrative; ele trebuiau desenate cu penelul, pe un suport din bambus, pe mătase sau pe hîrtie de orez.

În timpul Dinastiei Han (din –206 pînă în 220), poșta imperială continuă să transporte corespondența de stat și pe cea a funcționarilor. Un secretariat imperial este însărcinat cu redactarea ordinelor, decretelor și edictelor împăratului și cu publicarea lor pe tăblițe din piatră așezate în locurile publice.

La începutul erei noastre își face apariția prima bucată de hîrtie cunoscută vreodată: la început, era fabricată din fibre de in, apoi din scoarță de copac, din bucăți de fibre de cînepă, de pînză uzată și de plase pescărești. Inițial, hîrtia este folosită la fabricarea umbrelor și a ambalajelor pentru ceai... Secole întregi, suportul scrierii continuă să fie bambusul.

La vechii evrei

Torah este cel dintîi mesaj al lui Dumnezeu, trimis lui Moise, care îl transmite fratelui său Aaron, care îl transmite fiilor săi, apoi către șaptezeci de înțelepți, care îl transmit poporului însuși. Profetii și îngerii sînt și ei niște mesageri; Mesia va fi în cele din urmă mesagerul ultim al „veștii celei bune” anunțate de profeti. În Biblie există nenumărați alți mesageri, de la Geneza (XXXII, 3, „Iacov a trimis înainte niște soli la fratele său Esau, în țara Seir, în ținutul lui Edom”) și pînă la Proverbe (XXV, 13, „Ca răcoarea zăpezii pe vremea secerișului, așa este un sol credincios pentru cel ce-l trimite: el înviorează sufletul stăpînului său”)⁵.

Ulterior, poporul evreu se structurează de la o generație la alta tocmai în jurul unei misiuni: transmiterea Torah. Și

pentru a împlini acest lucru, toți evreii trebuie să știe să citească și să scrie, pentru a putea copia fără nici cea mai mică greșeală textul Legii. Ei utilizau în acest sens alfabetul inventat, în urmă cu câteva secole, de strămoșii lor sclavi în Sinai. Dar și pentru a comunica între ei. De altminteri, sinagoga este locul unde bărbații comunică între ei, „casă de adunare”, înainte de a fi „casă de rugăciune”.

Între secolele al X-lea și al VIII-lea înaintea erei noastre, primii regi evrei informează poporul și despre victoriile lor utilizând plăci din argilă sau vase.

Din -515 pînă în 70, după întoarcerea din exil a poporului evreu și construirea celui de-al Doilea Templu, sinagogile continuă să fie principalele locuri ale schimbului de informații între familii și comunități, deja răspîndite pe toate țărmurile Mediteranei. Conducătorii afișează în interiorul lor legile și preceptele, înscrise pe plăci din cupru și din bronz. Mai târziu, în sinagoga din Ein Gedi se vor găsi, desenate pe mozaic, paragrafe din Torah, semnele zodiacului și reguli de comportament, extrase din Cartea Leviticului (precum interdicția de a dezvălui secretele orașului și de a colporta cleveteli). În marea sinagogă din Alexandria, breslele se vor ruga apoi separat, pentru a privilegia schimburile de opinii.

Cu cel puțin trei secole înaintea erei noastre, evreii au început să folosească pergamentul, cum o dovedește cel mai vechi dintre acestea, găsit în peșterile de la Qumran.

A comunica în Grecia

La începuturile lumii grecești, cu cincisprezece secole înaintea erei noastre, un zeu este alocat mesagerilor, Hermes (*Ερμηνεύς/hermeneus*, „interpret”); el însuși este mesagerul lui Zeus pe lângă eroi și muritori; el mai este și zeul negustorilor, al hoților și al păstorilor. Îi ocrotește și pe cei care cad la înțelegere prin intermediul unor tratate, veghează asupra drumurilor și îi pedepsește pe cei care refuză să îi găzduiască pe călători. Tot el o înzestrează pe Pandora cu darul vorbirii și al vicleniei și datorită lui se ivește Apate, zeița minciunii și a înșelăciunii. De aici și atributul de „fățarnic” care îi este acordat. Așa se întemeiază sensul grecesc al comunicării: adevăr și minciună laolaltă.

Ceva mai târziu, agora devine spațiul zvonurilor și al interacțiunii în cetățile grecești, unde informația poate circula mai ușor decât în regiunile rurale; în preajma fântânilor, slujnicele fac schimb de informații și le transmit stăpânei lor; în hanuri, călătorii fac și ei schimb de informații; în porturi sosesc vești venite de departe. În cetățile unde, ca în Sparta, bărbații au obligația de a împărți mesele cu ceilalți, banchetele zilnice ale cetățenilor înlesnesc și schimburile de vești, mai ales în partea a doua a mesei, *symposion*-ul.

La Atena, adunarea cetățenilor (*Ekklesia*) constituie principala ocazie de a culege și de a schimba informații politice și sociale. Predicile din temple reprezentau, și aici, un mod de comunicare a informațiilor către popor. Unii preoți aveau misiunea de a citi în public hotărârile înainte de a le afișa.

Se utilizau, ca și în alte părți, semnale cu fum și mesageri, „crainici” călare sau pedestri, care transmiteau mesajele judiciare, politice și diplomatice din cetate în cetate. În *Iliada*, doi dintre acești „crainici” sînt trimiși de Agamemnon la Ahile pentru a anunța prinderea lui Briseis; Agamemnon îi întîmpină ca pe niște „solii trimiși de bărbați și de Zeus”⁶. Herodot (poate cel dintîi ziarist, pentru că încerca să relateze fapte reale în mod obiectiv) povestește cum crainicii trimiși de regele perșilor, Darius, pentru a cere pămînt și apă sînt uciși de mulțime la Atena și în Sparta. Ca scuză pentru acest sacrilegiu, orașul Sparta îi sacrifică pe doi dintre cetățenii ei.

Între –800 și –600, „aezi” merg în cetate pentru a cînta virtuțile eroilor și ale zeilor. În schimb, „theorii” (considerați ambasadori sacri) adunau oracolele și anunțau, mergînd dintr-un oraș în altul, datele ceremoniilor religioase.

Pe la –700, Hesiod scrie un lung poem, intitulat *Munci și zile*⁷, care este și prima schiță a ceea ce va deveni peste două mii de ani un ziar: oferă sfaturi privind navigația, agronomia și morala, împreună cu un calendar al zilelor faste și nefaste.

În secolul al VII-lea înaintea erei noastre, cînd ajunge în Grecia un alfabet inspirat din cel al vechilor evrei, conducătorii Atenei încep să-și afișeze deciziile pe panouri din lemn, mai întîi în formă de proiect, apoi gravate în piatră odată ce decretul era votat de *Ekklesia*. În *Păsările*, Aristofan îi descrie de altfel pe atenieni năpustindu-se în fiecare dimineață să citească afișajul public⁸.

Veștile, chiar și cele foarte importante, nu călătoresc în general mai repede decît pasul omului: în –490, curierul profesionist Philippides are nevoie de mai bine de șase ore pentru a duce la Atena anunțul victoriei hopliților atenieni

împotriva trupelor lui Darius la Maraton, la 40 de kilometri de oraș.

A informa la Roma

În Italia preromană, etruscii, a căror limbă rămîne și astăzi insuficient cunoscută, utilizau drept suport pentru mesajele lor țesături de in, tăblițe din ceară, din lut ars, din piatră sau bronz.

Cînd s-a întemeiat Roma, zeul mesagerilor, echivalentul lui Hermes la greci, era Mercur, fiul lui Jupiter și al nimfei Maia. Numele lui vine de la *merx* („marfă”), *mercari* („a face comerț”) și *merces* („plată”).

Începînd din –325, cenzorii din Roma citeau de la tribuna Rostra, în Forum, la intervale regulate și cu voce tare, lista membrilor Senatului; apoi lista era afișată. Tot cu voce tare erau citite în Forum toate anunțurile oficiale, care erau apoi afișate pe un panou dat cu var, denumit *album*. Conversațiile din temple și din piețe jucau și ele un rol important în comunicarea informațiilor.

Începînd din –150, Roma organizează, de jur-împrejurul Mediteranei, un sistem foarte sofisticat de torțe, plasate în turnuri și supravegheate de militari: 1 197 de turnuri în Italia, 1 200 în Galia și 500 în Asia. După Polybios (istoric grec care a trăit între –208 și –126), erau necesare două semnale pentru a reproduce o literă din alfabetul roman. Unui mesaj îi trebuia mai puțin de o zi pentru a ajunge la postul cel mai îndepărtat de Roma.

În -65, Caesar informează Senatul despre victoriile sale prin intermediul porumbeilor călători. În -59, el face obligatorie publicarea foarte frecventă a *Acta Senatus et populi romani*, dări de seamă, care devin astfel oficiale, ale dezbaterilor din Senat și adunărilor poporului. Suetonius scria, în *Viețile celor doisprezece Cezari*: „Imediat ce și-a inaugurat consulatul, Caesar a fost primul care a luat decizia redactării și publicării actelor zilnice ale senatului și ale poporului roman”⁹. Primul ziar oficial. Un vestitor era însărcinat să anunțe cu voce tare actele în oraș aproape zilnic: rostirea publică a unei legi însemna intrarea ei în vigoare; de aceea, cei care o dezaprobau încercau să acopere cu strigătele lor vocea celor care o proclamau. Actele erau apoi publicate la Roma, gravate pe plăci din bronz; iar în restul imperiului, în spațiile publice, gravate pe bronz, marmură sau piatră albă; excepție făcea Egiptul, unde textul era afișat pe papirus.

De altfel, Caesar mai cere să fie făcută publică zilnic o recapitulare a evenimentelor cotidiene, așa-numitele *Acta diurna* (decese, știri militare, concursuri sportive, fapte diverse, hotărâri și deliberări ale Senatului și poporului, execuții de persoane condamnate la pedeapsa capitală, nașteri, căsătorii, divorțuri, funeralii ale persoanelor ilustre, anunțuri ale jocurilor publice). Informațiile acestea erau scrise pe afișe din papirus de copişti (în general, sclavi erudiți de origine greacă), apoi afișate pe scânduri din lemn acoperite cu ceară sau date cu var în diverse locuri din Forum. Un fel de ziar cotidian, redactat la cererea puterii și afișat în spațiul public. Unele notabilități trimiteau rezumate ale acestuia prietenilor lor din afara Romei. Astfel, când Cicero era

guvernatorul Ciliciei, el cerea regulat o copie de la prietenii lui din Roma.

Veștile circulau uneori destul de rapid: la 15 martie –44, poporul din oraș află în aceeași zi de asasinarea lui Caesar și se răscoală împotriva asasinilor.

În timpul domniei lui Augustus, *Acta Senatus et populi romani* încetează să mai fie publice. Nu au fost publice decât timp de zece ani. Ele sînt rezervate pentru împărat, magistrați și senatori. În –40, ansamblul drumurilor Imperiului este consolidat. Augustus inaugurează, cu mare întârziere față de alte imperii, primul serviciu poștal roman, *Vehiculatio*, cu cai, relee de etapă și magazine pentru aprovizionare. În grajdul fiecărui releu, locurile ocupate de caii mesagerilor purtau numele de *posta* („loc”), de unde și termenul „poștă”, utilizat în zilele noastre în toate limbile Europei.

Știrile transmise astfel erau uneori, ca și în alte părți, false și făceau obiectul unor manipulări: astfel, în –33, Octavianus pretinde că ar fi primit o copie a „testamentului oficial al lui Antonius”. Conform acelui document (în prezent atestat ca fiind un fals), Marcus Antonius (care se afla pe atunci în Egipt, la Cleopatra) și-ar fi exprimat dorința ca, după moarte, să fie înmormîntat în mausoleul regilor ptolemeici din Alexandria. Octavianus informează poporul și citește textul în Forum; apoi îl denunță pe Antonius în Senat ca fiind „subjugat de farmecele și vrăjitoriile Cleopatrei”. Convins de acest text fals, Senatul Romei îi retrage lui Antonius dreptul de a conduce armatele romane și îi declară război Cleopatrei. Peste doi ani, armatele lui Octavianus le zdrobesc la Actium pe cele ale lui Antonius și Cleopatrei, care se sinucid.

Știrile false vor mai face multe alte victime.

1. Caesar, *Războiul galic. Războiul civil*, studiu introductiv și indice de Cicerone Poghirc; *Războiul galic*, traducere, note și indice de Janina Vilan Unguru; *Războiul civil*, traducere și indice de Elisabeta Poghirc, Editura Științifică, București, 1964, p. 238. Versiunea românească este ușor diferită de cea citată în original, unde citatul continuă (în traducerea noastră din limba franceză) cu „astfel încât ea traversează Galia cu iuțeala păsării în zbor” (n. tr.).
2. Versiunea Dumitru Cornilescu, 1924 (n. tr.).
3. Poemul este reprodus și în Camille Allaz, *Histoire de la Poste dans le monde*, Pygmalion, Paris, 2013, p. 20, ca o dovadă a existenței poștei cu relee, neconfirmată de nici un document administrativ al epocii, ci doar de acest poem de dragoste, care oferă o „descriere de o atît de mare precizie”, încît utilizarea releelor cu cai în acea perioadă nu poate fi pusă la îndoială (n. tr.).
4. Este vorba despre cea de-a 17-a „evaluare” a situației de către Sun Tzu. Cf. Sun Tzu, *Arta războiului*, traducere de Alexandra Novaru și Raluca Pârvu, Antet XX Press, București, 1993, p. 11 (n. tr.).
5. Versiunea Dumitru Cornilescu, 1924 (n. tr.).
6. Homer, *Iliada*, ediție bilingvă, traducere în metrul original de George Murnu, studiu introductiv și note de D.M. Pippidi, Cîntul VII, 274, Editura de Stat pentru Literatură și Artă, București, 1959, p. 297 (n. tr.).
7. Hesiod, *Munci și zile*, traducere de Ștefan Bezdechi, prefață de Ion Banu, Editura Științifică, București, 1957 (n. tr.).
8. Crainicul, către Pisthetairos: „Se năpustesc; citesc anunțurile, // Din ele «ciugulind»... poruncile”, 1385, Aristofan, *Teatru. Pacea, Păsările, Broaștele, Norii*, traducere de Eusebiu Camilar și H. Mihăescu, Editura de Stat pentru Literatură și Artă, București, 1956, p. 190 (n. tr.).
9. Suetonius, *Viețile celor doisprezece Cezari*, traducere de Gheorghe Ceașescu, RAO, București, 1998 (2000), 20, p. 22 (n. tr.).

Capitolul 2

Vremea mesagerilor

Din secolul I pînă în secolul al XIV-lea

Pînă la mijlocul secolului al XV-lea, mijloacele și viteza de circulație a informației au rămas cele care existau din anii – 3000.

Peste tot în lume, puterile religioase și politice continuau să aibă nevoie să știe tot, să supravegheze, să transmită ordine. Negustorii, din ce în ce mai numeroși în Europa începînd cu secolul al X-lea, aveau nevoie să comunice între ei. Și, în acest scop, aveau nevoie de o mai mare libertate de circulație și de informare.

Cei puternici continuă să păstreze pentru ei informațiile esențiale. În Europa, pînă în secolul al X-lea, starea proastă a drumurilor, absența unei adevărate autorități centrale, limitarea instrucției și a alfabetizării obligau suveranii și nobilii, papalitatea și abațiile, generalii și armatele, breslele de negustori și universitățile să se înzestreze cu mijloace proprii pentru a-și colecta și a-și transmite informațiile. Restul populației, care nu știa nici să citească, nici să scrie (în

Imperiul Roman, alfabetizarea a scăzut de la 30% la 5% în jurul anului 800 în cazul bărbaților și la un procent mult mai mic în cazul femeilor), nu era informată decât prin bunăvoința celor puternici sau prin ceea ce destinatarii mesajelor private consimțeau să-i împărtășească. Informarea și dezinformarea continuau să constituie niște unelte în slujba unei alte puteri, politică, militară, religioasă sau negustorească.

Poșta în Imperiul de Răsărit, nimic în Apus

În Imperiul Roman de Apus, știrile nu circulau decât prin intermediul unor trimiși ocazionali și cu viteze foarte incerte: vestea decesului lui Claudius și a venirii la putere a lui Nero, pe 13 octombrie 54, ajunge după 35 de zile la Oxyrhynchos (oraș egiptean situat la 350 de kilometri de capitala Egiptului).

În 158, un polițist din Damasc declara sub jurământ că tocmai primise un edict promulgat la Constantinopole în urmă cu patru ani. Însă, când generalul bizantin Ardabur triumfă, pe 6 septembrie 421, asupra perșilor la Arzen, în Armenia, vestea ajunge în nici trei zile la Constantinopole, care se găsea totuși la 1 000 de kilometri de locul bătăliei!

În 438, ce rămăsese în Orient din rețeaua poștală romană este reglementat prin *Codexul Teodosian* de către împăratul Teodosie al II-lea Caligraful, instalat la Constantinopole.

În Imperiul de Răsărit, pînă la sfîrșitul secolului al VIII-lea, împăratul continuă să utilizeze, pentru a-și difuza ordinele, o poștă eficientă, cu relee, folosind mesageri pedestri și călare, care mai transporta, tot pentru împărat, mărfuri și bani. O

persoană foarte apropiată de împărat, prefectul pretoriului (însărcinat, de altminteri, cu trimiterea ambasadurilor în străinătate, cu primirea ambasadurilor străini, cu supravegherea recrutării interpreților și a spionilor și cu coordonarea mesagerilor și inspectorilor pentru drumurile utilizate de poșta imperială), autoriza folosirea celor șase drumuri strategice, arpentate și marcate cu borne, care conectau Constantinopole cu principalele drumuri ale Arabiei, Orientului Mijlociu și Asiei. Rețeaua era foarte eficientă; în plus, toate plecările aveau loc în zile și la ore fixe.

Celălalt împărat, din Apus, Valentinianus al III-lea, instalat la Ravenna, lipsit de relee de comunicare, asistă neputincios la detronarea lui Romulus Augustulus. Nici un sistem poștal nu supraviețuiește aici.

La sfârșitul secolului al VIII-lea, conducătorii din Occident tot nu dispuneau de poștă și nici de drum pentru curierat; ei dispuneau doar de câțiva mesageri pedestri sau călare și de câteva vehicule cu tracțiune animală pentru ambasadori. Nimic nu se schimbă pînă în secolul al XII-lea, cînd, în Anglia, Henric I (care a domnit din 1100 pînă în 1135) creează un serviciu poștal rezervat mesajelor guvernului: 4 500 de scrisori sînt astfel transportate de mesageri în timpul domniei sale. Un secol mai tîrziu, tot în Anglia, în timpul domniei lui Henric al III-lea (1216-1272) sînt inaugurate relee speciale, unde mesagerii schimbau în mod regulat caii.

În aceeași perioadă, în Franța, Ludovic al XI-lea (care a domnit din 1226 pînă în 1270) dispunea de câțiva „curieri regali” care transportau exclusiv corespondența sa; un document îi autoriza să rechiziționeze cai și astfel ei puteau

parcurge în medie 100 de kilometri pe zi. Încă nu exista ceva mai organizat.

De la Veneția, în secolul al XIII-lea, când drumurile devin puțin mai sigure, mesageri de stat încep să transporte depeșe politice, prin intermediul unui sistem embrionar de curieri care călătoresc călare sau pe corăbii spre Flandra și spre Constantinopole. Peste tot în Europa, marii nobili utilizează și ei, când dispun de mijloacele necesare, mesageri călare, care exercită adesea, în paralel, și o altă meserie.

Curierii papei

Corespondența mănăstirilor era expediată cu ocazia călătoriilor călugărilor. În 880, abația alsaciană din Murbach întreținea o astfel de corespondență regulată cu alte mănăstiri, inclusiv cea din Sankt Gallen, în Elveția. În secolul al XII-lea, ordinul clunisian, întemeiat după Regula Sfântului Benedict în secolul al X-lea, lega 2 000 de așezăminte (abații, priorate...) prin intermediul curierilor. În aceeași perioadă, ordinul cistercian se afla în centrul unei alte rețele de informatori, foarte densă, care se întindea pînă la Ierusalim; s-au păstrat astfel mai bine de 500 de scrisori ale întemeietorului său, Bernard de Clairvaux. În 1142, el îi scria papei Inocențiu al II-lea: „Mai am multe alte lucruri a vă spune, dar nu are rost să continui. Mesagerul, care este la curent cu toate acestea, vă va lămuri prin viu grai”.

În secolul al XII-lea, hîrtia își face apariția în Occident prin intermediul arabilor, care au preluat-o de la chinezi (aceștia o

utilizau pentru scris din anul 650). Cel mai vechi document european cunoscut scris pe hîrtie este o scrisoare a văduvei contelui Roger I al Siciliei, Adelaïde de Montferrat, redactată în 1109 în greacă și arabă.

Începînd din secolul al XII-lea, într-o Europă ce devenise ceva mai sigură, papii organizează un serviciu poștal embrionar, după modelul celui din vechiul Imperiu Roman, care dispăruse în urmă cu șapte secole. Curierii papei încep să străbată Europa; în timpul pontificatului lui Inocențiu al VI-lea (din 1352 pînă în 1362) erau 86 la număr.

La sfîrșitul secolului al XII-lea, predicile încep să devină și chiar devin mijloace de transmitere a mesajelor. Predicatorul trebuia să comenteze un verset și profita de acest lucru pentru a strecura informații, consemne, ordine. Călugării cerșetori se răspîndesc atunci în toată Europa pentru a predica. Clericul englez Thomas de Cobham scria că predica este un mijloc de a-i instrui pe neștiutori, de a-i întări pe cei nefericiți, a-i scutura pe leneși, a-i face de rușine pe cei nevrednici și a-i încuraja pe cei vrednici. Între 1180 și 1230, școlile pariziene de teologie pregăteau adevărați „maestri ai cuvîntului”.

Și papa utiliza, pentru a-și transmite mesajele, călători aflați în trecere și mai ales negustori. În 1302, Bonifaciu al VIII-lea îi trimite regelui Franței, Filip cel Frumos, scrisoarea de excomunicare, iar acesta din urmă ordonă ca mesagerul să fie aruncat în temniță. În 1355, Inocențiu al VI-lea trimite doi mesageri, Boloninus și Benedictus, însoțiți de un notar, de la Avignon la Rhodos, pentru a duce o bulă papală.

În 1370, în cursul primului an al pontificatului său, papa Grigore al XI-lea trimite mai multe mii de scrisori. Cîteodată, un mesager aștepta răspunsul luni în șir înainte de a pleca

înapoi. Papii încep să utilizeze rețelele breslelor de negustori și ale bancherilor florentini. Mesajele private erau în continuare folosite pentru a-i informa pe destinatari despre situația țării de unde proveneau ele, informația publică fiind deocamdată inexistentă.

Universitățile

În secolul al XII-lea își face apariția o nouă rețea de curierat: cea a universităților. Aflată în strînsă legătură cu Biserica, este foarte preocupată să-și păstreze independența. Prima rețea este cea a Universității din Paris, creată în 1150. Cei 1 500 studenți ai săi, de origini diferite, grupați în „națiuni”, organizează, pentru a comunica cu familiile lor, un sistem de „mici mesageri”. Ca și în cazul celorlalte sisteme de curierat din acea vreme, acesta permitea și transmiterea unor știri mai puțin personale, privitoare la situația țării. Pentru a denumi o știre, în franceză se folosea pe atunci termenul *nove*, iar în engleză, *enformacioun*; pînă cînd, în secolul al XIV-lea, a apărut în engleză termenul *news*, inspirat după franțuzescul *nove*.

Rețeaua poștală a universităților devine atît de eficientă încît, în 1383, Carol al VI-lea ordonă ca serviciul micilor mesageri să fie pus la dispoziția sa. O dată sau de două ori pe lună, acesta va deservi, în beneficiul regelui, toate eparhiile regatului pînă în 1719, cînd va fi preluat de Ferme générales des postes¹.

Toate celelalte universități din Europa se înzestrează treptat cu aceleași mijloace de a comunica între ele.

Mesajele se transformă în marfă: *avvisi*

Primele curierate regulate specializate în transmiterea informațiilor, și nu doar a corespondenței private, iau naștere datorită negustorilor. Ei creează cei dintâi embrioni a ceea ce vor fi, câteva secole mai târziu, ziarele: *avvisi*.

Pînă în secolul al X-lea, negustorii europeni nu transportau laolaltă cu mărfurile lor decît corespondențe private și mai ales informații esențiale pentru exercitarea meseriei lor. Informații prioritare. În Germania, de pildă, măcelarii, care se deplasau cu regularitate dintr-un oraș în altul pentru a cumpără vite, transportau mesaje privind piața cărnii și epidemiile. Sosirea lor era anunțată de sunetul goarnelor.

În conversație negustorii foloseau limbile lor vernaculare, spre deosebire de preoți și universitari. Uneori chiar limbi confidențiale sau coduri, pentru a păstra secretul informațiilor. Alteori transportau și mesaje încredințate de episcopi sau papi.

Începînd cu secolul al XI-lea, unele orașe, porturi sau locuri de târg (mai ales în Flandra și în nordul Italiei, precum și pe drumurile ce legau aceste două regiuni) devin și centre ale puterii. La Troyes, de pildă, se instalează unul dintre cele dintâi târguri. Negustorii care le administrează au nevoie de mijloace de a comunica între ei pentru a fixa prețurile, a lua comenzi și multe altele. Mesagerii circulă.

În secolul al XII-lea, Bruges devine principalul oraș comercial european și prima inimă a Occidentului; negustorii se informau aici prin intermediul călătorilor ce se întorceau din alte orașe comerciale, unde se întâlneau negustori, țărani, vânzatori de textile, la târguri din ce în ce mai importante, care aveau loc din primăvară pînă în toamnă de-a lungul Rinului și în Champagne. În particular, Reims devine centrul unei rețele ce îl leagă de Laon, Troyes, Châlons sau Nürnberg.

În 1260, negustorii italieni care se instalaseră la Bruges își creează propria rețea poștală privată. Mari familii de negustori venețieni, milanezi și genovezi deschid birouri la Bruges. Și în acest caz, era o modalitate de a transmite mesaje private, dar și informații mai generale.

Pe măsură ce activitatea economică a acestui port de la Marea Nordului se intensifică, serviciul poștal al negustorilor se extinde pînă în Toscana și la Veneția. Și negustorii din Genova și Milano, orașe concurente, se deplasează la Bruges și la târgurile din Champagne, de la Nürnberg și Lyon. Din Veneția se comunică și cu Sevilla, Constantinopole, Beirut, Neapole, Alexandria. *Cursores Flandriae* parcurg drumul Bruges-Veneția în cincisprezece zile.

În a doua jumătate a secolului al XIII-lea, la Veneția, ale cărei prosperitate și putere militară cresc, transportarea depeșelor politice și al corespondenței negustorilor de către mesagerii Serenissimei Republici capătă tot mai multă amploare mare.

În 1251, la Bergamo, Omedeo Tasso, un strămoș a ceea ce avea să devină în curînd marea Casă de Thurn und Taxis, creează un prim serviciu poștal, *Compagnia dei corrieri*, pentru a-i deservi pe negustori, inițial exclusiv în regiunea lui.

Într-o primă etapă, folosește curieri pedestri, apoi relee cu cai. În 1290, când Milano cucerește Bergamo, serviciul poștal al familiei Tasso se extinde la Milano, Veneția și Roma. Acesta continuă să transporte laolaltă mesaje private și informații politice trimise de negustori, pe care destinatarii le împărtășesc uneori și altora.

În 1319, în limba franceză apare termenul *journal*, derivat din latinescul *diurnalis* („jurnalier”), însă doar pentru a denumi o „condică de înregistrare a actelor” a camerei de conturi. Deocamdată nu desemna o modalitate de transmitere a informațiilor.

În 1357, vine rîndul negustorilor florentini să organizeze propria rețea privată de curieri. Aceștia se hrănesc din diverse scurgeri de informații și spionaj, legate mai ales de ceea ce se petrecea la Roma, centrul creștinătății, și la Veneția, care devenise principalul oraș comercial al Europei. Curierii se îndreptau fie spre Barcelona, fie spre Bruges, a cărei putere intră în declin odată cu colmatarea inexorabilă a portului. Orarele erau foarte stricte; călăreții se schimbau unul pe altul încontinuu; unui curier îi trebuiau aproximativ 25 de zile pentru a parcurge drumul de la Florența la Bruges. Apoi, când Genova începe să rivalizeze cu Veneția, o companie genoveză creează un serviciu concurent, între Genova și Bruges.

Puțin înainte de sfîrșitul secolului al XIV-lea, pentru a desemna știrile manuscrise transmise pe această cale, negustorii italieni încep să folosească termenul *avviso*, ce preia acum sensul de „avertisment”, și nu mai înseamnă, ca în secolul al XII-lea, „prudență”, iar în secolul al XIII-lea, „povață”.

Avvisi reprezentau o mare noutate: scrisorile acestea, care conțineau informații de ordin general, erau comercializate. Negustorii își transformau propria corespondență în marfă, tot în formă manuscrisă și, pentru prima dată, vîndută ca atare cîtorva clienți, la intervale aproape regulate. Sîntem încă departe de ziare. În schimb, sîntem foarte aproape de scrisorile confidențiale care constituie și azi esența informațiilor exclusive. O etapă majoră fusese însă depășită: informația se desprinde de curieratul privat și este vîndută. În mod firesc, saltul a fost făcut de negustori.

Pentru popor, vestitorii

De-a lungul acestor secole, ca de mii de ani, poporul, în schimb, află ce se petrece în preajma lui doar din zvonuri și șușoteli la biserică, pe stradă, la spălătorie, la cuptoare, la cîrciumă. Afișarea se face rar, spre deosebire de perioada Antichității, cînd era frecventă; iar *avvisi*, aceste noi mijloace de comunicare între negustori, nu sînt comunicate poporului, care nici nu ar fi avut posibilitatea de a le citi și, cu atît mai puțin, de a le cumpăra.

Vestitorii, *accoustumés à faire cry*², transmiteau, cum procedaseră milenii de-a rîndul, hotărîrile regilor și ale mai-marilor orașelor. Ei făceau cunoscute ordonanțele municipale, convocările, anunțurile judiciare, știrile despre epidemii, disparițiile copiilor sau ale unor obiecte, peripețiile militare și orice informație privitoare la siguranța publică. Vestitorii

purtau niște însemne speciale sau un fanion și își anunțau sosirea prin bătăi de tobă sau prin sunetul unei trompete. Ei transmiteau informațiile în mod gratuit, în grabă mare, la încrucișările de drumuri și în piețe, începând de fiecare dată prin formula *oyé, bonnes gens, on vous fait savoir*³. Dacă anunțau un delict, strigau *haro*⁴; dacă anunțau pacea, strigau *Noël*⁵. Apoi citeau textul mesajului în limba locului, pe care o întrețeseau cu formule incantatorii.

Mai circulau, în formă manuscrisă, broșuri ce prezentau datele importante ale calendarului, semnele astrologice și câteva informații locale.

În Navara, în cursul celor trei secole în care cele trei religii au coabitat (din secolul al XI-lea și până în secolul al XIV-lea, când ciuma neagră din 1348 a exacerbat antisemitismul), vestitorii anunțau hotărârile regelui joia în piețe, vinerea în moschei, sîmbăta în sinagogi și duminica în biserici.

Uneori, dura mult timp pînă cînd o hotărîre era comunicată celor ce trebuiau să o respecte; astfel, o ordonanță regală din 22 iunie 1373 este anunțată la Paris abia pe 14 decembrie 1374.

Zvonuri, manipulări și știri false

În toată această perioadă, prin aceste rețele nu se transmiteau doar știri, fie ele private sau publice. Ele erau utilizate pentru a minți, provoca, manipula.

Cîteva exemple:

În 756, Biserica face public un document despre care se pretindea că ar fi fost scris de împăratul Constantin (care a domnit din 310 pînă în 337), ce i-ar fi acordat proprietatea asupra unor teritorii din Imperiul Roman de Apus; Biserica folosește documentul pentru a-și legitima posesiunea asupra teritoriilor papale din Italia. Or, era vorba despre un fals, fabricat la timp pentru ca, în același an 756, cînd Pepin cel Scurt dăruia aceste teritorii Bisericii, gestul să poată fi perceput ca o restituire, și nu ca o donație regală. Mult mai tîrziu, Biserica va sfîrși prin a recunoaște minciuna.

În jurul anului 994, abatele de la Fleury îi scria lui Hugo Capet: „Cît despre sfîrșitul lumii, pe cînd eram încă tînăr, am ascultat în catedrala din Paris o predică adresată credincioșilor, care susținea că Antihristul va veni de îndată ce vom ajunge în anul 1000 și că, la scurt timp după aceea, ar urma Judecata de Apoi; m-am împotrivit din răspuțeri acestei propovăduiri, sprijinindu-mă pe Evangheliile, pe Apocalipsa și pe Cartea lui Daniel”.

În anul 1000, papa Silvestru al II-lea și alți prelați catolici preziceau din nou sfîrșitul lumii, ceea ce a provocat mari răzmerițe în Europa și deplasări ale unor pelerini pînă la Ierusalim.

La mijlocul secolului al XII-lea, o scrisoare, venită probabil din nordul Italiei, adresată împăratului bizantin Manuel I Comnen și semnată de un anume Călugăr Ioan, care se prezenta ca fiind un foarte bogat rege creștin din Extremul Orient ce descindea din unul dintre cei trei Regi Magi, relatează că în regatul său existau animale fantastice, oameni cu coarne și cu trei ochi la ceafă și o fîntînă a tinereții fără bătrînețe. Scrisoarea circulă în Europa și are un mare răsunet. În 1177,

papa Alexandru al III-lea a trimis mai multe delegații în căutarea regatului paradisiac. În realitate, acest fals urmărea mai ales să-i incite pe creștini să pornească în cruciadă.

În 1184, o scrisoare, așa-zis scrisă de un astrolog din Toledo și adresată papei Clement al III-lea, anunța din nou sfârșitul lumii, programat în 1186, precedat de secete, foamete, ciumă, vijelii și de gemete atît de înspăimîntătoare, încît „vor sfîșia inimile oamenilor”... Îngrozită, întreaga Europă se roagă, cum făcuse și în anul 1000. Arhiepiscopul de Canterbury a ordonat atunci un post de trei zile, iar Biserica a primit donații și moșteniri fără număr. În 1214, o altă scrisoare, atribuită cardinalului Johannes Toletanus, prevedea iarăși sfârșitul lumii, de astă dată în 1229.

În 1225, Jean de Mailly, călugăr de la mănăstirea din Metz, redactează o *Chronica universalis* unde povestește domnia unei anumite papesi Ioana, deghizată în bărbat și aleasă în locul lui Benedict al III-lea. Franciscanul William de Ockham s-a sprijinit pe acest text pentru a denunța infamiile papalității. Chiar și în secolul al XIV-lea, teologul Jan Hus o va invoca pe respectiva papesă în fața Conciliului de la Konstanz pentru a argumenta că Biserica Catolică nu mai exista din momentul în care acea femeie fusese aleasă papă.

Nenumărate texte încearcă să dezmință aceste știri false. În 1275, Eduard I scria în primul Statut Westminster⁶: cel care „povestește sau publică știri false sau relatări prin care dezbinarea sau posibilitatea dezbinării sau a calomniei între rege și popor sau printre mai-marii acestui regat pot spori [...] va trebui întemnițat”.

Filip cel Frumos (care domnește din 1285 pînă în 1314) este un maestru în materie: el fabrică un document fals pentru a-l

acuza pe un episcop care i se împotriva cum că ar fi rostit cuvinte injurioase și ordonă să fie arestat; îl acuză și pe papa Bonifaciu al VIII-lea că ar practica vrăjitoria; în fine, îi acuză pe templieri că scuipă pe crucifix și practică sodomia; în 1307, templierii sînt întemnițați și torturați; în 1312, ordinul lor este desființat; în martie 1314, Jacques de Molay, marele maestru al ordinului, este ars de viu pe rug la Paris, blestemîndu-l pe rege, care moare în luna noiembrie a aceluiași an.

În 1348, în timp ce ciuma neagră se abate asupra Europei, Biserica lansează zvonul că evreii otrăvesc apa tuturor fîntînilor.

În 1382, în timpul domniei lui Carol al VI-lea, numeroase zvonuri continuă să circule la Paris, anunțînd iminența unor noi impozite. Țăranii și meșteșugarii dau foc registrelor colectorilor de impozite. Are loc „revolta Ciocănarilor”⁷, după numele unei arme folosite în acea vreme.

În 1418, burgunzii lansează, la Paris, zvonul după care Casa de Armagnac ar fi pus la cale un mare masacru în oraș și, pentru ca oamenii săi să se recunoască între ei, ar fi comandat niște ecusoane negre cu o cruce roșie (culoarea diavolului și culoarea Angliei laolaltă), cu scopul de a le agăța pe case. Burgunzii profită de furia și spaima inoculate poporului Parisului de aceste zvonuri pentru a lua parte la măceluri.

Prin intermediul islamului, tot ce vine din China ajunge în Vest

În alte părți pătrunde, de-a lungul acestor cincisprezece secole, tot ce vine din China, pe atunci încă o foarte mare putere.

Înainte de islamul, Mesopotamia se afla sub dominația Sasanizilor și folosea ceea ce rămăsese din sistemul poștal al Imperiului de Răsărit: între relee era o distanță de 20 până la 25 de kilometri; animalele de călărie cele mai folosite erau măgarii și catîrii. Talmudul din Babilon (compilat în sânul diasporei evreiești din Babilon în secolul al VI-lea, deci în timpul dominației sasanide) spune: „Cel ce este în stare să citească o scrisoare trebuie să devină purtătorul ei”. Altfel spus: doar știutorii de carte puteau duce mesaje, ceea ce conferea un rol aparte comunităților evreiești, unde toți bărbații știau să citească și unde se călătorea mult, de la o comunitate la alta.

În secolul al VII-lea, primii califi musulmani, Omeiazii, își creează propria poștă, inspirată din modelele sasanid și bizantin; ea este numită, termen păstrat și astăzi în arabă, *barid* (care vine din grecescul *beredos*, „cal de poștă”). Poșta aceasta avea misiunea de a răspîndi ordinele și mesajele califului; sînt create 930 de relee poștale, cîte unul la fiecare 24 de kilometri în Deșertul Arabiei și la fiecare 12 kilometri în Siria. Mesagerii călătoreau călare pe catîri, pe dromaderi sau mergînd pe jos și aveau semne distinctive: catîrul avea coada tăiată, iar mesagerii pedestri purtau un baston cu clopoței. Mesagerii călare parcurgeau zilnic între 175 și 200 de

kilometri. În cazul mesajelor foarte urgente, unii curieri străbăteau pînă la 300 de kilometri într-o singură zi. În vremuri de război erau trimise și femei cu mesaje, dar ele nu călătoreau decît noaptea.

În iulie 751, s-a petrecut un eveniment de seamă: pe malurile rîului Talas, în Kîrgîzstan, în preajma orașului Taraz, o bătălie de mare importanță, prea puțin cunoscută, a avut loc între Califatul Abbasid, sprijinit de contingente tibetane, și Dinastia chineză Tang, pentru obținerea controlului în Asia Centrală. Victoria Califatului Abbasid pune capăt expansiunii spre vest a Dinastiei Tang. Arabii smulg de la prizonierii lor chinezi, printre alte tehnici, secretul hîrtiei, care este transmis mai întîi la Samarkand, apoi la Bagdad, în 793, și la Cairo, în 900; în cele din urmă, ajunge, cum am văzut, și în Europa creștină.

Aceasta este calea pe care știința chineză pătrunde în Europa.

Califii foloseau, pentru a comunica, și porumbei călători, cu relee la fiecare 72 de kilometri; ei zburau cu o viteză între 70 și 120 de kilometri pe oră; le trebuia jumătate de zi pentru a parcurge distanța dintre Cairo și Alexandria și o zi pentru a o străbate pe cea dintre Cairo și Damasc. Califul folosea porumbițe albastre pentru mesajele oficiale și porumbei albi pentru mesajele private. Porumbeii care aduceau vești bune erau parfumați, iar cei purtători de vești rele erau vopsiți în negru. Depeșa era scrisă pe o hîrtie foarte fină, cunoscută sub numele „hîrtie de pasăre”. Uneori se încredința unui porumbel, trimis la dușmani, cîte o știre falsă. În 980, rafinament suprem: califul al-Aziz cere să i se trimită la Cairo cireșe învelite în hîrtie, transportate de sute de porumbițe

slobozite la Damasc; în 1288, în timpul domniei lui Nur al-Din, citadela din Cairo adăpostea 1 900 de porumbei călători.

Ca și împărații romani, califii utilizau și semnale optice sau acustice: de exemplu, pe coastele Mediteranei, dacă un dușman era văzut apropiindu-se, se aprindeau focuri în turnuri speciale și sunau trâmbițele. Astfel, dacă un dușman era zărit în apropierea orașului Alep, avertizarea ajungea la Bilbeis, situat la 850 de kilometri nord-est de Cairo, în mai puțin de o zi; de la Bilbeis, un porumbel aducea știrea la Cairo în aceeași seară. O avertizare lansată de la Tripoli putea ajunge la Alexandria în trei ore și, de acolo, în mai puțin de o oră la Ramla.

Negustorii evrei

De-a lungul acestor secole, la fel cum făcuseră încă din Antichitatea precreștină, negustorii evrei, numiți de acum înainte „radaniți” (poate pentru că s-ar fi instalat începând din secolul al IV-lea în valea rhodaniană), mențin comunicarea între diferitele comunități, instalate mai întâi în lumea sasanidă, apoi musulmană, apoi, începând cu secolul al XI-lea, în lumea creștină. Ei îi înlocuiesc pe așa-numiții *Syri*, negustori creștini sirieni, care făceau comerț între Occident și Orient pe timpul Merovingienilor și aveau să dispară odată cu cucerirea Orientului Apropiat de către musulmani.

În 870, în timpul domniei califului abbasid Al-Mu'tamid, un geograf musulman (director al poștelor și al poliției provinciei Jibal, în nord-vestul Iranului), Ibn Khordadbeh, spunea că

negustorii evrei vindeau produse de lux (parfumuri, porțelanuri, blănuri, bijuterii), sclavi și condimente pînă în Spania și în Germania și că transportau și mesaje pentru comunitățile lor. Dispute teologice, mesaje personale, informații privind amenințările ce planau asupra acestora. Negustorii aceștia călătoreau pe atunci din Franța pînă în India, din Maroc pînă în China. Abraham ben Yijū, negustor evreu din secolul al XII-lea, care călătorea între Aden și sudul Indiei, povestea că prietenii lui negustori evrei și el însuși dispuneau de o mai mare libertate de circulație decît ceilalți negustori și că erau singurii care aveau dreptul să se deplaseze din țările musulmane în țările creștine. Negustorii evrei din Egipt și din Yemen corespundau astfel regulat cu comunitățile evreiești din India, Spania sau Franța, precum și cu negustori genovezi, florentini, sicilieni, livornezi, francezi. Ei vorbeau ebraica, araba, persana, bizantina, franca, spaniola și unele limbi slave. În secolul al XI-lea, erau aproape singurii negustori care navigau, făceau comerț și comunicau în jurul Mării Roșii. Printre ei se numărau rabini, precum Benjamin din Tudela (cca 1130-1173), care călătorea din Navara pînă în Orientul Mijlociu. În *Genizah*-ul⁸ din Cairo s-au descoperit mai bine de 300 de scrisori scrise de sau adresate lui Nahrai ben Nissim, un negustor evreu tunisian; scrisorile veneau din Spania, Africa de Nord, Egipt, Iudeea, Sicilia, India, China și Siria, datînd dintre 1045 și 1096; ele vorbesc mai ales despre activități comerciale și monetare ale expeditorilor și menționează uneori detalii privind viața cotidiană sau politică a țării de unde provin (de exemplu, una dintre ele relatează cît le era de greu evreilor să trăiască la Ierusalim). Ele mai

informează și despre ideile noi și tehnologiile venite din alte părți.

În Evul Mediu, negustorii evrei încă își însoțeau mărfurile cu scrisori care cereau avize juridice de la cei mai cunoscuți înțelepți evrei ai vremii, la Troyes, Cordoba, Fustat, vechiul Cairo. Scrisorile acestea veneau de peste tot: printre scrisorile primite de Joseph Ibn Awkal, un negustor de pietre prețioase instalat în Fustat, se găsește o misivă trimisă în 1145 de un evreu din Mangalore, așezare din sudul Indiei. După geograful persan Ibn Khordadbeh, evreii „controlează cele patru drumuri ale mătășii”, mergînd din valea Ronului spre Egipt, Marea Roșie, Asia Centrală, Indii, pînă în China, unde radaniții au propriile căi de acces și propriii corespondenți. Ei participau astfel la pătrunderea în Occident a ideilor, informațiilor, tehnicilor, hîrtiei și produselor medicinale venite din China.

În China, primul periodic: *Dibao*

În China, banchetele imperiale erau, ca peste tot, ocazii importante pentru schimbul de informații, critici și comentarii între știutorii de carte și înalții demnitari. În timpul Dinastiei Han (a cărei domnie ia sfîrșit în 220), drumuri largi legau capitala Chang'an (astăzi Xi'an) de toate centrele importante ale țării; o alee centrală era rezervată curierilor imperiali. În timpul Dinastiei Jin, din 265 pînă în 420, curierii se aflau sub conducerea ministrului Armatei; călăreții transportau scrisorile Palatului și documentele

administrative importante; mesagerii pedestri duceau corespondența mai puțin urgentă.

În secolul al VI-lea, hîrtia devine suportul oficial al documentelor administrative ale împăratului și este de asemenea utilizată pentru transmiterea cunoștințelor științifice și culturale de ultimă oră. Treptat, este utilizată și pentru scrierea corespondenței. Deocamdată, nu și pentru ziare.

În timpul Dinastiei Tang (618-907), rețeaua poștală devine gigantică. Ea măsoară 32 000 de kilometri, jalonați de 1 643 de relee (1 297 de relee terestre, 260 fluviale și 86 mixte), cu grajduri, hanuri, oficii și temple ale zeului cailor; șefii releelor trebuiau să prezinte regulat rapoarte cu privire la starea de sănătate a animalelor. Mesagerii pedestri erau îndeobște infractori supuși la corvezi, care parcurgeau trasee de cîte 5 kilometri; curierii călare pe cai, pe cămile, iaci sau măgari parcurgeau distanțe de 20 de kilometri de la un popas la altul; curierii speciali foloseau căruțe de poștă și parcurgeau 80 de kilometri pe zi.

În secolul al IX-lea, în China apare blocul de caractere de tipar din lemn. Mai întîi este utilizat pentru tipărirea calendarelor, cărților de istorie, povestirilor, literaturii populare și textelor religioase (în 868 este tipărită *Sutra de diamant*, o carte budistă). În 1041, sînt utilizate pentru prima dată caractere mobile, tot din lemn, dar numai pentru fabricarea cărților. Nu și pentru transmiterea mesajelor sau informațiilor.

În aceeași perioadă, în secolul al IX-lea, în capitala Chang'an, apare un prim fel de „ziar”: texte politice (decrete, edicte, decizii, legi...), informații despre viața de zi cu zi a

împăratului (discursuri, vânători, ceremonii, îndatoriri religioase), despre curtea imperială (numiri, destituiri, elogi, recompense...), precum și rapoarte militare și diplomatice (cu cenzurarea știrilor despre răzmerițe și răzvrătiri) sînt reunite într-un raport periodic special. Acest „raport al reședințelor oficiale” sau *Dibao* este redactat mai întîi pe frunze de bambus și puțin mai tîrziu pe hîrtie. Cei dintîi destinatari sînt funcționarii, care îl rezumă și îl transcriu pe afișe, transmise de călăreți în toată țara, la intervale regulate. Acesta este, prin urmare, primul periodic din Orient, ziar oficial mai bine alimentat cu informații decît cel care a existat vreme de zece ani la Roma pe vremea Cezarilor. Și, ca și acela, era doar afișat, nu și transmis.

În timpul Dinastiei Song (960-1279), și împăratul utiliza *Dibao*: în urma unei înfrîngerii militare, împăratul Ningzong (1168-1224) a redactat cu propria-i mînă o autocritică, publicată într-un *Dibao*. Ultimul *Dibao* datează din 1912.

Cam în aceeași perioadă, timp de douăzeci de ani, este confecționat zilnic așa-numitul *Kai Yuan Za Bao*, un manuscris pe mătase, care istorisea evenimentele naționale și internaționale. Era distribuit zilnic celor mai înalți funcționari din capitală și din provincii. Prima specie de ziar cotidian.

Împăratul Gaozong trimite și emisari în străinătate pentru a spiona și a aduce informații privitoare la obiceiurile, tehnologiile și producția din alte țări. Aceste cercetări sînt apoi consemnate de istoriograful oficial al curții pe 60 de suluri, sub titlul *Tratat ilustrat despre ținuturile occidentale*. Documentul era cu precădere destinat împăratului.

În 1215, mongolii moștenitori ai lui Gînghis Han preiau puterea în China și extind sistemul poștal chinez pînă în Asia

Centrală, Rusia, Iran și Irak.

În India, pe vremea sultanilor musulmani de origine turco-afgană din Delhi (1210-1526) și înainte de sosirea nesătuilor mongoli călătorul arab Ibn Battuta, aflat în trecere în 1333, descria atît o poștă călare cu relee la fiecare opt kilometri, cît și o poștă pedestră cu relee la fiecare 500 de metri. Releele erau niște corturi ridicate în afara satelor, unde erau primiți mesagerii, care aveau un bici cu clopoței din cupru pentru a-l anunța pe mesagerul următor.

În Africa

Începînd cel puțin din secolul al VII-lea, pe teritoriile actualelor state Senegal, Mali și Guineea apar vestitori a căror misiune era să răspîndească informațiile și hotărîrile importante. Sînt numiți *djeli*; mai tîrziu, li se va spune „povestitori ambulanti”. Legenda spune că ei descind din Surakata, un însoțitor al Profetului.

Acești *djeli* joacă un rol de primă importanță, spunea povestitorul ambulant Mamadou Kouyaté: „Fără noi, numele regilor ar fi date uitării, noi sîntem memoria omenirii. Cu cuvîntul nostru, însuflețim, pentru cei tineri, faptele și isprăvile regilor”. *Djeli*-ul era considerat paznicul cuvîntului, „depozitarul Istoriei”. Un *djeli* „trebuie să aibă capacitatea de a improviza pe seama actualității, a incidentelor neprevăzute și a scenelor întîmplătoare”; el nu doar expune informațiile ce i se transmit, ci poate și să interpreteze un eveniment sau altul.

În Mali, funcția de *djeli* era ereditară, masculină sau feminină. Familiile *djeli* făceau parte din casta artizanilor. Ei se aflau adesea sub protecția unui nobil, căruia îi ridicau osanale în mod regulat.

În 1236, împăratul mandingo Sundiata Keita urcă pe tron la Niani, orașul său natal, pe care-l transformă în capitala imperiului său. El proclamă Carta Manden, care institua principiile egalității, respectului pentru viața umană, libertății individuale, solidarității, egalității între sexe și abolirea sclaviei. Carta aceasta este transmisă pe cale orală în imperiu, apoi din generație în generație în interiorul clanului mandingo, prin intermediul unor *djeli*. Și astăzi, o ceremonie comemorează anual carta în satul Kangaba, în Mali, în apropierea frontierei cu Guinea.

1. Este denumirea sistemului de francizare a dreptului de colectare a taxelor. Colectorii de taxe, denumiți *fermiers généraux*, cumpărau pentru o perioadă de șase ani dreptul de a colecta taxele în numele regelui (n. tr.).
2. În franceza veche, „obișnuiți să facă strigare” (n. tr.).
3. În franceza veche, „ascultați, oameni buni, ce vi se aduce la cunoștință” (n. tr.).
4. În franceza veche, „destul!” (n. tr.).
5. În Evul Mediu, termenul *Noël* (astăzi „Crăciun”) avea o sferă semantică mai largă, însemnând și „strigăt de bucurie”, „ura!” (n. tr.).
6. Elaborată în 1275, prima versiune a *Statute of Westminster* nu a fost redactată în latină, ci în franceza veche, *Les premiers Estatuz de Westmuster* (n. tr.).
7. *La révolte des Maillotins*. Denumirea revoltei provine de la *mail* (sau *maillet*), un fel de ciocan din plumb sau fier, cu coadă lungă, folosit ca armă. Insurgenții au fost mai întâi denumiți *maillets* și, abia începând cu secolul al XVI-lea, *Maillotins* (n. tr.).
8. Cea mai mare colecție de manuscrise medievale (dar și din perioade ulterioare) evreiești din lume. *Genizah* însemna în ebraică „ascunzătoare” (n. tr.).

Capitolul 3

Revoluția tiparului

Din 1400 pînă în 1599

Cînd începe secolul al XV-lea, China se închide; comunicațiile sale interne și cu restul lumii se fracturează. Europa revine în avanscenă. Modalitățile de comunicare rămîn neschimbate: șușotelile, prînzurile și cinele, piețele, curierii papei, universitățile și negustorii, anunțurile vestitorilor și cîntecele menestrelilor... Informațiile importante rămîn rezervate unui mic grup de privilegiați. În continuare, nu există ziaristică și nici ziare. Doar scrisori și *avvisi* manuscrise. Veneției îi fac de-acum concurență orașele Anvers și Genova.

În Germania, într-un oraș unde aveau loc tîrguri, pe drumul dintre Flandra și zona de nord a Italiei, o inovație tehnică majoră venită din China (unde nu era folosită în acest scop) modifică, pentru prima dată de milenii, modalitatea de transmite a informației: caracterele mobile și metalice de tipar.

Apar atunci primele forme de mesaje tipărite în mai multe exemplare; deocamdată, ele sînt rezervate unui foarte mic număr de persoane, care dispun de mijloacele necesare pentru a le cumpăra. Sînt numite, în funcție de țară: *avvisi*, *Flugschriften*, *pamphlet*, *news*, *libelle*.

Dislocarea rețelelor de informație chineze

În secolele al XV-lea și al XVI-lea, China, condusă de Dinastia Ming (1368-1644), dispunea încă de uriașe capacități de producție agricolă, de schimburi comerciale și de resurse militare. La curte, lumea se informa, ca de mii de ani, prin intermediul festivităților și, cum am văzut, al curierilor, care soseau mai mult sau mai puțin rapid și mai mult sau mai puțin regulat, trimiși de guvernatorii locali și de ambasadori.

În secolul al XV-lea, rețeaua poștală era încă relativ puternică. Drumurile, supravegheate și controlate îndeaproape, legau toate provinciile de capitală; existau încă relee, la fiecare 60 pînă la 80 de li¹ (30 pînă la 40 de kilometri), cu mijloace de transport paralele (ambarcațiuni, cai, măgari); mesagerii circulau atît ziua, cît și noaptea, utilizînd animale de călărie, și aveau obligația de a parcurge echivalentul a 150 de kilometri pe zi.

Tiparul nu era încă folosit decît pentru publicarea romanelor (*Cronica celor trei regate* de Luo Guanzhong, *Însemnarea călătoriei spre Vest* de Wu Cheng'en², *Pe malul apei* de Shi Nai'an³), pieselor de teatru (*Pavilionul Bujorului* de

Tang Xianzu) și eseurilor neoconfucianiste. Era utilizat și pentru realizarea listelor de plăți, fișelor de impozite și afișelor de popularizare a legilor.

La începutul secolului al XVI-lea, drumurile se deteriorează. Dinastia Ming se bazează de acum înainte mai ales pe mesageri pedestri; un mesager căruia îi trebuia mai mult timp decât era prevăzut pentru a livra o corespondență primea 50 de lovituri de băț; cel care pierdea documentul pe care-l avea în păstrare primea 100 de lovituri. Sistemul se dezagregă: în 1512, inspectorul regional din Shaanxi se plîngea că unor documente le trebuiau mai multe luni pentru a ajunge în jurisdicția lui. În 1558, un magistrat din Chunan constata că scrisorilor sale le trebuiau uneori cinci zile pentru a ajunge la sediul prefecturii, care se afla la o distanță de doar 70 de kilometri. Împăratul nu mai era în măsură să îndrepte situația. China adoarme pentru mai bine de patru secole. Centrul geopolitic al lumii basculează către Europa Occidentală, tocmai acolo unde se dezvoltă noi modalități de a schimba informații.

În Europa, apariția nerăbdării negustorești

La începutul secolului al XV-lea, în Europa, circulația știrilor încă se petrecea cu foarte mare încetineală și în mod foarte aleatoriu. Se simțea însă cum freamătă acea nerăbdare ce anunță de fiecare dată timpuri noi. În 1445, un negustor venețian, Lorenzo Dolfen, îi scria comisului său din Bruges o scrisoare ce spune totul despre spiritul vremii: „Ni se pare că

au trecut o mie de ani tot așteptînd oră de oră, zi de zi vești de la dumneata despre tot ce se petrece acolo... Strînge informații despre obiceiurile de la voi și din celelalte țări și despre valoarea banului și evoluția afacerilor și despre cele ce-ți sînt necesare... Nu uita să ne răspunzi în următoarea corespondență, pentru numele lui Dumnezeu, scrie mai des!”. Un negustor trimitea uneori mai multe copii ale unei scrisori pentru a fi sigur că va ajunge la destinație. Iar cel care o transporta învăța pe de rost conținutul ei, pentru cazul în care s-ar fi pierdut sau ar fi fost furată; unii negustori deveniseră chiar celebri pentru capacitatea lor de a memora informațiile pe care le transportau; în arhivele unui negustor venețian s-au găsit urmele unei plăți de 13 ducați făcute unui „Maestro Piero dela Memoria”, pentru lecții de memorare.

Cînd statele se consolidează, încep să se organizeze servicii poștale fiabile, aflate în slujba principilor, alături de cele ale Bisericii, universităților și negustorilor; mai întîi în Franța, sub Ludovic al XI-lea, în 1464; apoi în Anglia, sub Eduard al IV-lea, în 1478; în fine, în Imperiul Germanic, în 1490.

În 1464, Ludovic al XI-lea creează o rețea poștală aflată exclusiv în serviciul său; nici nobilii, nici Biserica, nici negustorii nu au acces la ea. La fiecare releu, situat la 28 de kilometri de următorul, un grăjdar se ocupa de cai. Veștile puteau astfel să circule puțin mai repede decît înainte: la 31 iulie 1488, succesorul său, Carol al VIII-lea, se afla la Angers cînd a fost informat despre victoria trupelor sale în bătălia împotriva englezilor de la Saint-Aubin-du-Cormier, cu trei zile în urmă, la 520 de kilometri distanță.

La sfîrșitul secolului al XV-lea, acest sistem poștal regal se dezmembrează. Nobilimea bogată și negustorii, dimpotrivă,

își păstrează propriile sisteme poștale, la concurență cu cele ale Universității și ale mănăstirilor. La Paris, existau și 13 mesageri de meserie, care, după semnarea unui contract, preluau misiunea de a livra corespondența și diverse obiecte, mergând pe jos sau cu „poștalionul”, care mai transporta și călători și colete.

În 1576, Henric al III-lea reintroduce un simulacru de poștă regală și o autorizează să preia corespondența unor persoane particulare în schimbul plății unei taxe de către destinatar.

În Anglia, mesajele regelui, nobililor și negustorilor încă utilizau rute improvizate. În 1448, un slujitor al cavalerului Sir John Falstaff (care avea să-l inspire pe Shakespeare) îi scria stăpînului său pentru a se scuza de întârzierea cu care îi răspunsese: „Dacă s-ar fi putut găsi mesageri la Londra înainte de Crăciun, scrisorile erau gata de plecare”. Apoi, regii organizează un simulacru de sistem poștal: în 1485, Richard al III-lea introduce un lanț de călăreți la fiecare 32 de kilometri; în 1516, Henric al VIII-lea creează, pentru propriul uz, Royal Mail, sub conducerea secretarului său, înălțat la rangul de *Master of the Posts*. Nobilii și negustorii trebuiau să plătească transportul, pedestru sau călare, al mesajelor private: s-au găsit 60 de scrisori trimise, de la Norfolk, de o anume Margaret Paston către soțul ei, avocat la Londra; într-o scrisoare din 1448, ea îl ruga insistent să-i trimită migdale, țesături, zahăr și arbalet pentru a putea face față atacurilor vecinilor. Sutele de scrisori schimbate de familia Paston (între 1422 și 1509) constituie unul dintre foarte puținele izvoare privind această epocă; ele dezvăluie o femeie care este mai întâi ajutată de scribi, apoi învață să citească și să gestioneze în totalitate afacerile proprietății familiale.

În Germania, inima Sfîntului Imperiu, marii negustori organizează o poștă mult mai eficientă și mai durabilă.

Mai întîi Jakob Fugger, pe atunci cel mai bogat bărbat din Europa, născut la Augsburg, educat de Luca Pacioli (călugăr franciscan care a inventat contabilitatea în partidă dublă), își creează propriul sistem de curierat pentru mărfurile sale, pe care îl pune la dispoziția împăratului încă din 1506, apoi în toată perioada războaielor din Italia. La moartea lui Jakob Fugger, în 1525, sistemul său poștal se destramă.

Urmează familia Tassis, despre care a mai fost vorba. În 1502, viitorul împărat Maximilian I îi însărcinează pe Francesco și Jannetto de Tassis, fiii lui Alessandro (care gestiona serviciul de curierat papal începînd din 1489), să creeze o rețea poștală imperială. În 1519, Carol Quintul, succesorul lui Maximilian I, deschide acest serviciu pentru cîțiva clienți privați, lăsînd familiei Tassis, devenită Taxis, monopolul poștelor. Serviciul era de încredere, regulat și a devenit treptat accesibil tuturor celor care dispuneau de mijloacele necesare. Era condus de la Bruxelles. Familia Taxis au preluat astfel monopolul rutelor poștale în Germania, Austria, Ungaria, Olanda și Spania; ea distribuia atît corespondența imperială, cît și pe cea a negustorilor. Situația aceasta va rămîne neschimbată pînă la sfîrșitul secolului al XIX-lea.

A tipări, pentru a transmite cunoașterea: de la Biblie la almanah

Născut în 1400 la Mainz, într-o familie înstărită, Johannes Gutenberg, care învățase arta bijuteriei, a gravurii și tehnologia aliajelor, construiește, în 1448, o presă de tipar cu sprijinul bancherului Johann Fust, un apropiat al cardinalului Nicolaus Cusanus, bibliofil ce trăise la Constantinopole și cunoștea tehnicile tiparului chinezesc.

Gutenberg încearcă mai întâi să utilizeze xilografia folosită în China pentru ideograme, dar ea nu atinge precizia inframilimetrică necesară pentru reproducerea literelor unui alfabet; apoi încearcă să fabrice caractere cu ajutorul unor plăci din metal, metodă deja experimentată fără succes în Olanda, la începutul secolului al XV-lea, dar plăcile din metal se deformau ușor la contactul cu poansonul cu care erau gravate. Gutenberg încearcă atunci să fabrice caractere mobile; el realizează un aliaj (83% plumb, 5% staniu și 12% antimoniu) care împiedică deformarea literelor pe termen lung. Îl asociază cu alte tehnici deja experimentate în alte domenii (presa pentru imprimarea materialelor textile, cerneala copiștilor, matrițele și poansoanele bijuteriilor). Și reușește.

Prima lui carte, o Biblie, apare în 1452. Doi ani mai târziu, în decembrie 1454, după cucerirea Constantinopolelui de către Mahomed al II-lea (la 29 mai 1453), el tipărește șase coli in-quarto, intitulate „Avertisment dat creștinătății împotriva turcilor”⁴. Numește această lucrare *Türkenkalender* („calendar turcesc”). Fiecare pagină corespunde unei luni a anului 1455

și cuprinde o rugăciune și o invitație adresate unui principe secular sau unui membru al clerului de a lupta împotriva turcilor.

Pronosticurile vremii erau unanime: datorită tiparului, latina urma să se impună ca limbă de comunicare în întreaga Europă, iar Biserica avea să-și întărească puterea distribuind Biblia tuturor. Însă s-a produs exact contrariul.

În 1460, tipograful Johannes Mentelin tipărea la Strasbourg prima Biblie în limba germană.

Apoi tipografiile se răspîndesc în întreaga Europă. În 1464, Conrad Sweynheim și Arnold Pannartz, asociați ai lui Johann Fust, instalează prima tipografie în Italia, în mănăstirea benedictină de la Subiaco, în munții Apenini; în 1465, ei publică o ediție a operelor lui Cicero. În 1468, la Veneția, frații Johann și Wendelin von Speyer, veniți din Germania, tipăresc un text de Cicero, *Epistolae ad familiares*; anul următor, unul dintre ucenicii lor, Nicolas Jenson, înființează prima tipografie comercială împreună cu Johannes von Köln, negustor care avea reprezentanți la Verona, Milano, Cremona și Perugia.

În 1470, Johann Heynlin, prior la Sorbona, cheamă la Paris trei tipografi germani, pe care-i găzduiește în mănăstirea Saint-Benoît, situată în vecinătatea Sorbonei. Acesta este primul atelier tipografic din Franța. De aici provine prima carte vreodată tipărită în Franța: o culegere de scrisori ale lui Gasparinus de Bergamo, gramatician și învățat italian, un in-quarto de 120 de coli tipărit în vreo sută de exemplare, cu anluminuri făcute de mînă. Apoi ei publică alte cărți de retorică, care a devenit domeniul de specializare al Sorbonei. La Westminster, în 1476, William Caxton instalează prima tipografie engleză. În anii 1480, un alt tipograf-editor venețian,

Erhard Ratdolt, tipărește primele litere împodobite cu anluminuri, ceea ce permite renunțarea la anluminarea cărților după tipărire.

Viitorul împărat Maximilian I întrevade avantajul politic al tiparului: în 1482, cere să fie tipărit tratatul pe care tocmai îl încheiase cu Ludovic al XI-lea și îl difuzează principiilor germani. La 9 mai 1486, le cere tipografilor din Augsburg, Magdeburg, Mainz, Passau, Strasbourg, Stuttgart și Ulm să tipărească o „notificare oficială” privind alegerea sa ca rege al Germaniei și încoronarea sa ca împărat al Sfântului Imperiu Roman și o trimite tuturor mai-marilor orașelor din imperiu.

Atunci se tipăresc la Mainz primele *almanachs*. Termenul provine din cuvântul arab *munawaq* („așezat în ordine”). Broșurile acestea consemnau ceea ce circula oarecum deja în formă manuscrisă: informații practice (datele sărbătorilor religioase, numele sfinților, zilele de târg și de piață...), descrieri astrologice (cu profeții), fapte diverse, sfaturi (culinare, horticole, de sănătate sau educație). În Franța, în 1491, este tipărit în câteva exemplare primul almanah, *Compost ou Calendrier des Bergers*.

La sfârșitul secolului al XV-lea, existau tipografii în peste 200 de mari orașe europene, dintre care 62 în Sfântul Imperiu Roman de Națiune Germană.

În 1492 este tipărită la Sevilla prima gramatică într-o limbă vernaculară, spaniola. În curînd vor urma și altele. Se crezuse că latina va triumfa odată cu tiparul, dar ea va dispărea treptat. Începe și un val naționalist care va mătura imperiul și va amenința Biserica.

Împăratul și *Neue Zeitungen*, primele periodice

Maximilian I, care își ia titlul de împărat în 1508 și simte cum crește mînia poporului, se străduie să-i păstreze pe tipografi de partea sa oferindu-le de lucru și îngrijindu-se de propria propagandă: le cere să tipărească din cînd în cînd buletine informative, care sînt difuzate în întreg imperiul. Primele periodice.

Acestea erau niște mici caiete, de 4 pînă la 16 pagini, împodobite cu ilustrații și gravuri pe lemn, care relatau despre bătăliile sale sau funeraliile princiare: *Neue Zeitungen* (care s-ar putea traduce prin „Noile Ziare”). Primul, din 1509, anunța recucerirea de către Franța a insulei Lesbos. Alții, din 1510, relatează reconcilierea lui Ludovic al XII-lea cu papa. Aceste *Neue Zeitungen* povestesc apoi, ani în șir, faptele de arme ale principilor creștini împotriva turcilor. Erau tipărite în număr tot mai mare, vîndute ieftin și ajungeau la un public tot mai numeros. Editorul lor cel mai de vază era pe atunci avocatul Christoph von Scheurl, care le și redacta, sub controlul împăratului, apoi le tipărea. Broșurile acestea circulau în toată Europa prin intermediul unor curieri privați și erau vîndute pe stradă, în cîrciumi, trecînd din mînă în mînă... Încă nu se punea problema folosirii poștei. Publicarea lor durează pînă la moartea lui Maximilian I, în 1519. Apoi dispăre.

Tipografiile se ridică atunci împotriva împăratului: sînt publicate broșuri potrivnice lui. Și potrivnice Bisericii.

Luther și *Flugschriften*

La 31 octombrie 1517, un călugăr augustinian, profesor de teologie, în vîrstă de 33 ani, Martin Luther, autor al unei traduceri a Bibliei în germană, afișează, în limba germană, pe ușa bisericii din Wittenberg (în Saxonia), 95 de teze în care denunță corupția Bisericii, care vindea indulgențe pentru a finanța construcția Bazilicii Sfîntul Petru din Roma. Anul următor, textul este tipărit de studenții lui și răspîndit în Europa. Cu un succes fulgerător.

Pentru Luther, tiparul reprezenta „cel mai măreț și extraordinar act al Harului dumnezeiesc prin care se răspîndește influența Evangheliei”⁵. Prin intermediul lui, el poate să-și facă cunoscute ideile în toată Europa, înainte ca Biserica să poată reacționa. Publică cu foarte mare repeziciune nenumărate alte broșuri orientate împotriva Bisericii, în care folosește desenele unui prieten, marele pictor Lucas Cranach cel Bătrîn, pentru a-și ilustra textele cu caricaturi antipapiste.

Broșurile acestea au de la o pagină pînă la 16 pagini și sînt difuzate în cîrciumi de negustori ambulanți. Sînt numite *Flugschriften* (în sens literal, „foi volante” sau „broșuri”).

Între 1517 și 1520 sînt tipărite și vîndute peste 300 000 de exemplare din treizeci de scrieri semnate de Luther, care cere să fie plătit. Primele drepturi de autor. Scrierile protestanților generează cîteva reacții ale Bisericii. Astfel, în 1525, Hieronymus Esmer scria, în latină, un „răspuns la infamia lui Luther împotriva sfintei rugăciuni liturgice”. Însă epoca latinei trecuse și aceste reacții nu împiedică Reforma.

Pînă în 1530, cea mai mare parte din cele 10 000 de broșuri publicate în imperiu sînt legate de Reformă și multe dintre ele provin exclusiv de sub pana lui Luther. Pînă la moartea sa, în 1546, textele lui au cunoscut 4 000 de editări și reeditări.

Majoritatea orașelor mari care dispuneau de o tipografie (Strasbourg, Nürnberg, Basel...) susțineau Reforma. În 1535, țărani din Dauphiné și Provence, proveniți din mișcarea asociată protestantismului în Vaud începînd din 1532, finanțează tipărirea, la Neuchâtel, a primei Bibliei protestante în limba franceză. În 1536, Reforma triumfă la Geneva la îndemnul unui alt reformator, Jean Calvin. În 1541, centrul propagandei Reformei se mută la Geneva. Bătălia dintre protestanți și Roma este necruțătoare. O serie de librari francezi se refugiază acolo, precum Robert Estienne, fost tipograf regal al lui Francisc I. Intoleranța unora nu este egalată decît de intoleranța celorlalți.

La Veneția, *novellanti*, cel dintîi embrion al ziaristului

Începînd din 1520, la Veneția, Colegiul Înțelepților (instituție a Republicii Venețiene creată pentru a limita puterile dogelui) sintetiza știrile primite de la ambasadorii, funcționarii, venețienii trăitori în străinătate. Aceste informații erau apoi transmise, în formă manuscrisă, ambasadorilor; copiile lor tipărite erau depuse în arhivele cancelariei.

Aici, ca și în alte părți ale Italiei, unii negustori încă le ofereau clienților lor *avvisi* episodice și manuscrise; aceste rapoarte confidentiale, alcătuite din două foi de hîrtie împăturite în patru, prezentau cele mai recente informații politice și militare. Erau scrise în numele negustorilor sau chiar în nume propriu de *novellanti*, adică scribi specializați, pe baza știrilor ce soseau la Veneția din Mediterana Orientală, din Orientul Mijlociu și Îndepărtat, din Imperiul Otoman, din Spania și Portugalia. Acești primi „ziariști” consemnau și ce se spunea pe podul Rialto, unde se întâlneau bărbieri, negustori și meșteșugari, și în Piazza San Marco, unde se aflau micile magazine de lux, cafenelele și librăriile; ei strecurau și cîteva informații secrete de la Collegio, pe care le smulseseră de la unii secretari. Ulterior ei vor comanda tipărirea acestor *avvisi* pentru a le trimite cîtorva abonați depărtați. Meseria de *novellante* începe să se deosebească de cea de negustor.

Un *avviso* începea întotdeauna într-un stil sobru: „Știri din Veneția, 24 martie 1570”. Sînt vîndute în librărie sau prin abonamente în marile orașe la prețul de 2 *soldi*; or, moneda venețiană de 2 *soldi* se numea *gazetta* (pe față era gravată o coțofană, *gaza* în venețiană). Nu se vorbea încă despre gazete.

Giovanni Poli, *novellante* din Roma, era citit de toți guvernării italieni, dar și de Filip al II-lea, rege al Spaniei și fiu al lui Carol Quintul. Buletinele lui cuprindeau între 4 și 8 pagini.

Pe 20 martie 1558, un *avviso* plecat din Veneția povestea ce se petrecea la curtea lui Filip al II-lea, aflat pe atunci la Bruxelles: „Cu ocazia plecării cardinalului Caraffa, regele l-a invitat la cină. Și cum nu era abstinent, Filip al II-lea și-a mîncat toată porția. În momentul despărțirii, regele și

cardinalul s-au îmbrățișat și și-au șoptit câteva cuvinte la ureche. Astăzi au sosit la Anvers patru ambarcațiuni, venite din Spania în zece zile, care transportau 200 000 de scuți, bani peșin, și 300 000 în titluri de credit. Pregătiri militare în Zeelanda și în Anglia. Precaritate pentru negustorii noștri din Franța”.

În 1570, papa Pius al V-lea le reamintește acelor *novellanti* care se învârteau în preajma Vaticanului că le era interzis să critice Biserica. În 1572, ordonă chiar executarea unuia dintre ei, Niccolò Franco, pentru afirmații critice. În 1581, un alt *novellante* este executat, pur și simplu pentru că scrisese că starea de sănătate a papei se degrada.

Informațiile acestea erau importante și foarte căutate. Uneori, ele puteau chiar să influențeze o alegere papală: în 1521, la moartea papei Leon al X-lea, poetul Pietro Aretino afișa, pe bustul statuii Pasquino din Piazza Navone, sonete în care îl acuza pe cardinalul Pucci că îi plăceau femeile, pe cardinalul de Mantova de pedofilie și pe cardinalul de Sion de alcoolism. Îl menaja însă pe Giulio de Medici, care avea să fie ales papă pe 19 noiembrie 1523.

Messrelationen, primele ziare periodice regulate

În 1588, la Frankfurt, cu ocazia marilor târguri la care participau tipografii și librarii, apar *Messrelationen*, texte

tipărite care relatau, la șase luni sau anual, ultimele mari evenimente militare și politice din lume.

În 1596, teologul catolic Pierre Victor Palma Cayet publica un fel de revistă cronologică plurianuală, *Chronologies novennaires* (care reunea evenimentele perioadei 1589-1598), apoi *Chronologies septénaires* (1598-1604), apoi, în 1605, din nou o *Chronologie novenaire*, care relatează „istoria războaielor lui Henric al IV-lea din 1589 până în 1598”.

În 1597, la Augsburg, un anume Samuel Dilbaum lansa publicarea celei dintâi cronologii lunare, având ca titlu numele lunii curente și cu mențiunea *Historische Erzählung* (literal, „narațiune istorică”). Aceste periodice lunare erau publicate în 150 de exemplare; cele douăsprezece numere din 1597 au fost apoi legate laolaltă și publicate sub titlul *Annus Christi, 1597*. După acest prim an, nu mai urmează nici un alt număr. Prima revistă lunară din Istorie nu a durat decât un an.

News, la Londra

În 1407, arhiepiscopul de Canterbury, Thomas Arundel, prezidează Sinodul de la Oxford, care urma să reglementeze predicarea, traducerea și utilizarea Scripturii. Se interzice formal să fie tradus în engleză orice fragment din Scriptură sau chiar să fie citită o astfel de traducere fără autorizația specială a episcopului, sub amenințarea condamnării la moarte ca eretic. Interdicția va dura puțin mai mult de un secol. Ea va frâna dezvoltarea tiparului și a oricăror publicații în Anglia.

În timpul Războiului Celor Două Roze dintre Casa de Lancaster și Casa de York existau rapoarte manuscrise, în care fiecare dintre ele se mîndrea că ar fi învingătoare. Mai circulau, ca și în alte părți, rapoarte ale negustorilor și corespondența prelaților, prin intermediul unor diverse poște.

Tiparul își face apariția cu foarte mare încetineală și este foarte controlat. În noiembrie 1513, Richard Fawkes tipărește la Londra un prim pamflet care avea 4 coli; se intitula *Hereafter ensue the trewe encountre or batayle lately don betwene Englande and Scotlande: in whiche batayle the Scottsshe kynge was slayne* și relatea victoria englezilor în bătălia de la Flodden Field din 9 septembrie 1513.

Îndrăznind, în 1525, să încalce decizia sinodului din 1407, William Tyndale traduce și tipărește Noul Testament în engleză. În 1534, Henric al VIII-lea se proclamă șef al Bisericii Angliei și instaurează controlul asupra publicării oricărei cărți prin intermediul consiliului său privat. În august 1536, Tyndale este arestat la Anvers de trupele lui Carol Quintul și ars de viu ca eretic pentru traducerea Bibliei. Doi ani mai târziu, un exemplar din Biblia lui Tyndale este înmînat regelui Henric al VIII-lea, care decretează că respectiva Biblie trebuie citită „în toate parohiile din Anglia”. Anul următor apare *The Great Bible*, „versiunea autorizată a regelui Henric”, destinată Bisericii Angliei, care relua aproape integral textul lui Tyndale.

În 1549, într-o perioadă cînd cenzura devenea puțin mai discretă, apare la Londra primul *newsletter* tipărit clandestin. Este scris de un tipograf, un anume John Day, sub titlul *Requests of the Devonshyre and Cornyshe Rebelles*. Redactorii

erau din Londra și își obțineau informațiile din surse continentale. Publicația nu durează decât câteva luni.

În 1553, odată cu preluarea puterii de către regina catolică Mary Tudor, cenzura se reinstalează. Mulți tipografi protestanți părăsesc țara. John Day continuă să lucreze în clandestinitate în Lincolnshire. Publică *Book of Martyrs*, care este considerată cartea tipărită cel mai bine executată din secolul al XVI-lea. În 1558, când urcă pe tron, Elizabeth I îi autorizează pe tipografii protestanți să se întoarcă și reconfirmă controlul regal asupra a tot ce se publica. În 1563, ea interzice „publicarea și răspîndirea de rele profeții privind-o pe regină și pe alte nobile persoane prin scrieri, tipărituri, cînt sau orice alt fel de discurs”⁶.

În 1567, consilierul ei, Sir Nicholas Bacon (tatăl lui Francis Bacon), o avertizează pe regină cu privire la cărțile și satirele care criticau religia anglicană: „Introducerea acestor cărți și a calomniilor sedicioase provoacă discordia spiritelor, iar diversitatea spiritelor provoacă nesupunere, nesupunerea provoacă agitație, agitația provoacă răzvrătiri și răzmerițe, iar răzvrătirile provoacă exoduri și duc la o pustiire totală și la nimicirea trupurilor, bunurilor și a pămînturilor oamenilor”.

În zadar: la sfîrșitul secolului al XVI-lea, în ultimii ani ai domniei reginei Elizabeth I, chiar dacă tipografiile erau încă foarte controlate, se înmulțesc foile volante, copiate de mînă și vîndute pe sub mînă, sub denumirea de *News*. Ele relatau evenimente politice engleze și europene, în special revolta Provinciilor Unite împotriva lui Filip al II-lea din anii 1570.

În Franța, *canards* și *libelles*

În Franța, nu exista vreun *avviso* sau vreo broșură în secolul al XV-lea, nici măcar după apariția tiparului. Abia în 1529 apar așa-numitele *canards* (termen ce denumește persoanele vorbărețe: *bâiller un canard* înseamnă „a spune baliverne”). Nu era vorba de ziare. Ele relatau crime imaginare, catastrofe inventate, fapte supranaturale și evenimente extraordinare. Erau tipărite pe foi volante, uneori cu ilustrații, vândute prin strigare și, uneori, citite cu voce tare. Tipăritura nu era omogenă, hîrtia era de proastă calitate, autorii erau anonimi, iar povestirile erau pline de amănunte senzaționale și invocau mulți martori inventați... Aceste *canards* erau tolerate în măsura în care nu vorbeau niciodată despre întâmplări reale.

În 1536, Francisc I cere Parlamentului și Sorbonei să reamintească interdicția de a „vinde sau a trimite în țară străină vreo carte sau broșură, indiferent în ce limbă este scrisă, fără să fi fost înmînat mai întîi un exemplar supraveghetorilor Bibliotecii Regale”. Ceea ce dovedește că broșurile lui Luther și Calvin începeau să circule în Franța. În 1537, el le ordonă tipografilor să predea bibliotecii regale cîte un exemplar al oricărei lucrări tipărite în regat; aceasta este originea depozitului legal.

În noaptea de 17 spre 18 octombrie 1539, calviniștii împînzesc Parisul cu afișe anticatolice, redactate de un pastor din Neuchâtel și tipărite în Elveția. A urmat un mare scandal, care l-a determinat pe Francisc I să interzică afișajul public, cu excepția celui al mesajelor regale. Cenzura devine tot mai nemiloasă. În 1546, editorul Étienne Dolet este ars de viu în piața Maubert pentru vina de a-i fi publicat pe Rabelais și

Marot. Pe lista elaborată de Universitate a lucrărilor interzise se regăseau mai ales operele lui Rabelais și Bibliile tipărite de Robert Estienne, mare tipograf, protejat o vreme de Francisc I, dar care va trebui să fugă în cele din urmă la Geneva.

Cenzura rămîne totuși inefficientă: în 1563, la un an după începutul războaielor religioase, Carol al IX-lea trebuie să reamintească interdicția de se tipări fără autorizația lui cărți, scrisori, cuvîntări, satire, *canards*, afișe și altele. După alți trei ani, el insistă din nou, prin intermediul ordonanței de la Moulins, asupra obligației de a obține, pentru fiecare nouă carte și satiră, autorizația prealabilă de tipărire de la cancelaria regală.

În această perioadă apare în Franța echivalentul deja menționatelor *avvisi*, sub denumirea de *libelles* (din latinescul *libellus*, „cärticică”). Este vorba despre mici caiete de 4 pînă la 16 pagini, inițial manuscrise, apoi tipărite; majoritatea sînt anonime (sau semnate cu pseudonim). Spre deosebire de *canards*, ele prezintă fapte reale. Și critici la adresa regelui. În ciuda cenzurii, 870 de *libelles* sînt publicate la Paris între 1585 și 1594.

Între 1588 și 1589, unele voci îi acuză pe Henric al III-lea și pe favoriții săi că ar fi criminali, personaje demonice care s-ar deda la vrăjitorie. Printre aceste *libelles*, găsim una intitulată „vrăjitoriile lui Henry de Valois și ofrandele pe care i le aducea diavolului în pădurea Vincennes” și o alta privind „lucrurile dezgustătoare despre care vorbește o scrisoare trimisă lui Henry de Valois de un copil din Paris pe 28 ianuarie 1589”, precum și încă una despre „farmecele și vrăjitoriile lui Henry de Valois găsite în casa lui Miron, întîiul său medic și sfătuitor în Consiliul său Privat”. O dată mai mult, cenzura face tot ce îi

stă în putință pentru a le pune stavilă. Nu reușește. Pe 2 august 1589, regele Henric al III-lea este înjunghiat la Saint-Cloud de călugărul Jacques Clément. Nu va fi ultima dată când o satiră anonimă înarmează mâna unui asasin.

1. Unitate de măsură folosită în vechea Chină, echivalentă cu aproximativ 576 de metri (n. tr.).
2. Wu Cheng'en, *Însemnarea călătoriei spre Vest*, traducere de Mira Lupeanu, Constantin Lupeanu, Adrian-Daniel Lupeanu, Quilinul din Jad, București, 2008 (n. tr.).
3. Shi Nai-An, *Pe malul apei*, traducere de Ștefana Velisar-Teodoreanu și Andrei Bantaș, Editura pentru Literatura Universală, București, 1963 (n. tr.).
4. În original, documentul este intitulat *Eyn manung der cristenheit widder die durken*. Unicul exemplar care s-a păstrat se află la Bayerische Staatsbibliothek din München, datat 1455 (n. tr.).
5. Fraza lui Luther este celebră, fiind citată de aproape toți exegeții săi. Cf. Otto Clemen, *Die lutherische Reformation und der Buchdruck*, Heinsius Nachfolger, Leipzig, 1939, p. 43 (n. tr.).
6. Este vorba despre *Act agaynst fonde and phantasticall Prophesyes* (n. tr.).

Capitolul 4

Începuturile consemnării prezentului

Secolul al XVII-lea

În Europa, în momentul în care izbucnește un război care îi va dezbina pe europeni timp de treizeci de ani (de o parte, Franța, Suedia, Boemia, Provinciile Unite, Saxonia, Ungaria, Transilvania, Prusia; de cealaltă, Sfântul Imperiu, monarhia spaniolă, Austria, Croația, Portugalia), centrul de gravitație al publicațiilor de știri oscilează pe continent între zona de nord a Italiei și Flandra.

Pentru a se informa și a informa, principii, papii, mănăstirile, pastorii, universitățile continuă să trimită și să primească mesageri în și din toată Europa. Poporul se mulțumește în continuare cu informațiile care circulă prin târguri, în preajma spălătoriilor și pe care le aud de la preoți, de la cîntăreții ambulanți și vestitori. Negustorii, în schimb, au tot mai mare nevoie de numeroase informații, pe care să le împărtășească cât mai multora dintre ei. Și, în acest scop, încep

să introducă, mai întâi în Țările de Jos, primul embrion al unei libertăți de informare. Și, în cele din urmă, primele ziare.

„Gazetele” italiene

La începutul secolului al XVII-lea, la Veneția, *avvisi* (corespondența manuscrisă vîndută de unii negustori confrăților lor) iau denumirea de „gazete”, după numele monedei cu care puteau fi cumpărate, cum am văzut, începînd de la sfîrșitul secolului al XVI-lea.

Gazetele sînt primele ziare tipărite; ele tratează numai subiecte anodine, externe sau laudative la adresa principelui. Gazetarul nu devenise încă profesionist; el era un literat care scria ocazional într-un periodic.

Încă din 1602, papa Clement al VIII-lea încearcă să interzică circulația lor în Roma, pentru că știa că tipografii, peste tot în Europa, erau majoritar favorabili Reformei. *Avvisi* manuscrise și clandestine își fac totuși din nou apariția și critică Vaticanul. Unele *avvisi* dezvăluie că, în 1606, Camillo Borghese, devenit papă sub numele Paul al V-lea, încerca să se împotrivească unor legi venețiene ce urmăreau limitarea îmbogățirii mănăstirilor venețiene.

În 1639, la Genova, reprezentanții Vaticanului decid că orice gazetă va trebui să obțină aprobarea lor înainte de a fi publicată. Michele Castelli, profesor de filozofie din Veneția, devenit editor și apropiat al papei și al spaniolilor, obține dreptul exclusiv de a difuza orice știre manuscrisă sau tipărită; el publică prima gazetă genoveză. Era un săptămînal

care apărea vinerea; 4 pagini de știri politice și militare din Italia și din străinătate, privitoare mai ales la războiul care nu se mai termina. În noiembrie 1645, secretarul de stat francez, contele de Brienne, îi cere, cu acordul autorităților orașului, să înceteze să mai publice „lucruri scandaloase pentru onoarea și reputația Franței”. Castelli cedează și gazeta lui este înlocuită de o alta, *Genova*, publicată de un negustor genovez, Luca Assarino, partizan al intereselor franceze. Întemnițat în două rînduri pentru omor în tinerețe, el este ulterior numit istoriograf oficial al ducatului de Savoia și continuă să vîndă foarte scump propriile *avvisi*.

În 1668 apare, la Roma, prima revistă lunară, specializată în tematica literară: *Giornale de' Letterati d'Italia*, întemeiată de abatele Francesco Nazzari. Ea publică relatări despre actualitatea din Europa de Nord (Flandra, Anglia, Germania), propunînd și articole savante, care popularizează descoperiri științifice și inovații tehnice. În paginile ei se găsesc și articole semnate de iezuiții colegiului roman. Nimic care l-ar putea ofensa pe papă. Acest prim periodic lunar își încetează apariția în 1683.

Veneția rămîne principalul centru al tipăriturilor italiene. În 1671 apare aici *Giornale veneto de' letterati*, inspirat după un ziar cu același titlu publicat la Roma și la Paris. Apoi, în 1687 și 1688, un tipograf, Girolamo Albrizzi, publică *Pallade Veneta*, o gazetă lunară, cu un format foarte mare, care abordează actualitatea politico-militară externă, precum și teme literare. Italia are cele dintîi gazete, însă cenzurate. Primele ziare adevărate vor apărea în Europa de Nord.

„Relatările” germane: primul săptămînal, primul cotidian

La Strasbourg, în 1605, fiul unui pastor protestant, Johann Carolus, tipograf alsacian în vîrstă de treizeci de ani, trimitea lunar cîtorva clienți copii redactate de mînă a ceea ce el numea *Ordinarii Avisen* („știri obișnuite”), în care relata, cum procedau și *avvisi* italiene, știri pe care le primea săptămînal de la corespondenți din Franța, Italia și Germania, Turcia și Ungaria. Informațiile publicate de el erau organizate în ordinea primirii scrisorilor care le conțineau și erau prezentate fără comentarii; fără titluri, fără ilustrații. Găsim astfel relatate conflictele religioase din Ungaria, un omor de la Neapole, o intervenție a papei, acte de piraterie din Mediterana. Carolus le trimitea pînă în Flandra, prin intermediul serviciului poștal organizat de familia Taxis.

La finele anului 1605, după ce fabricase de mînă unsprezece asemenea *avvisi* și ținînd cont de succesul lor în ținuturile trecute de partea Reformei, Johann Carolus hotărăște să le tipărească săptămînal și să trimită clienților săi ceea ce el nu mai numea *avviso*, ci „relatare” (*Relation aller Fürnemmen und gedenckwürdigen Historien*). Termenul *relation* însemna pe atunci în germană „relatare a executării unui ordin” sau „raport al unui martor ocular”; el derivă din latinescul *relatio*, cu sensul de „raport, relatare”. Carolus devine astfel primul editor din lume al unui ziar, un săptămînal.

El solicită de la autoritățile orașului un privilegiu de zece ani, care îi este refuzat. Nu îl ia în considerare și difuzează

Relation în Germania, în Țările de Jos și în Franța, unde un librar parizian, Jean Epstein, calvinist de origine germană, se va inspira din ea pentru a redacta propriile *Nouvelles ordinaires de divers endroits*. Acest prim săptămînal va supraviețui patru ani.

În 1609 apare în Saxonia Inferioară o a doua „relatare” săptămînală, *Avisa* din Wolfenbüttel. Apoi urmează altele, la Basel în 1610, la Frankfurt în 1615, la Berlin în 1617. Aceste relatări sînt citite de negustori și de literați înstăriți din toată Europa de Nord.

Cînd Războiul de Treizeci de Ani se încheie, în 1648, Timotheus Ritzsch, tipograf prosuedez, fiul unui poet baroc și tipograf din Leipzig, obține de la guvernul Saxoniei privilegiul „de a tipări și a vinde săptămînale obișnuite locale și străine”. În 1650, el creează primul cotidian european, *Einkommende Zeitungen*, care va apărea de șase ori pe săptămîină pînă în 1659, după care îl înlocuiește cu un alt cotidian, *Neu-einlauffende Nachricht von Kriegs- und Welt-Händeln*, care va apărea timp de zece ani.

În Provinciile Unite: *courante*, gazetă, *mercure* și publicitate

Cînd începea noul secol, Amsterdamul înlocuise Genova și Anversul, în calitate de centru al economiei mondiale, iar orașul devenise prima piață a informației din Europa. Gradul de alfabetizare era ridicat, tipografia foarte dezvoltată, iar

marea fragmentare religioasă a țării constituia un factor de toleranță. Suplinind absența unui sistem poștal de amploare, corăbiile aduceau în portul din Amsterdam foarte multe informații din întreaga lume. Libertatea de exprimare era mai mare decât în orice altă parte a Europei; mai exact, era singura țară unde nu exista o cenzură prealabilă editării textelor.

Un anume Casper van Hilten inaugurează în această perioadă prima „relatare” din afara Germaniei: *Courante uyt Italien en Duytland*, care nu făcea decât să traducă *avvisi* primite din Italia. Opt pagini. Fără titlu; doar o mențiune pe prima pagină: „Noile articole din Italia nu sînt cunoscute încă la Amsterdam”.

Doi ani mai târziu, același van Hilten publica, tot la Amsterdam, pentru exilații francezi, din ce în ce mai numeroși, o traducere în franceză a gazetei sale sub titlul *Courant d'Italie et d'Almaigne*. Cu neputință de publicat în Franța, publicația este totuși trimisă acolo și citită clandestin.

În același an, 1620, un neerlandez gravor de hărți și de stampe instalat la Londra, unde cenzura era încă nemiloasă, Pieter Van den Keere, tipărește la Amsterdam un ziar în engleză: *The Courant out of Italy, Germany, etc.* Anul următor, mai multe alte *courantes* încep să circule în mai multe limbi în Provinciile Unite. Toate sînt citite clandestin în țările de origine ale autorilor lor. În aceste *courantes* olandeze se găsește relatarea cea mai amănunțită și mai obiectivă a peripețiilor Războiului de Treizeci de Ani.

Pe 10 august 1624, publicitatea își face apariția în acea *Courante* creată de van Hilten. Ea se referă într-o primă fază la cărți, pentru că librarii vindeau și aceste săptămînale. Apoi ele publică anunțuri personale și comunicări de ordin public

(zilele de târg, răufăcătorii dați în urmărire, inaugurarea unui drum nou). Într-un ziar concurent, *Tijdinghen uyt verscheyde Quartieren* („Știri de pretutindeni”), publicat de Broer Janssen, Universitatea din Utrecht lansează o mare campanie de publicitate pentru inaugurarea noului ei campus.

În 1631, de la Amsterdam, René Descartes îi scria lui Jean-Louis Guez de Balzac, care se afla pe atunci la Paris: „În ce altă țară din lume te poți bucura de o libertate atît de deplină, poți dormi cu mai puține griji, în ce altă țară din lume mai există mereu o armată gata să te apere?”.

În 1656, Abraham Casteleyn și soția lui, Margaretha van Bancken, înființează la Amsterdam săptămînalul *Weeckelijcke Courante van Europa* („Gazetă săptămînală din Europa”), care există și în zilele noastre. Este așadar cel mai vechi ziar din lume care apare și în prezent.

În 1677, un francez exilat la Leiden, Jean-Alexandre de la Font, ziarist, librar și tipograf, lansează, în limba franceză, *Gazette de Leyde ou Nouvelles extraordinaires de divers endroits*. Destinată inițial exilaților francezi din Olanda, și nu numai, aceasta era citită clandestin și la Paris. Publica, în franceză, știri comerciale și politice din Europa, dar și unele fapte diverse și anunțuri publicitare. Apoi, gazeta prinde curaj și ia poziție în favoarea toleranței religioase și împotriva absolutismului regal din Franța. În secolul următor, va fi ziarul cu cea mai mare influență din Europa.

În 1686, la un an după revocarea Edictului de la Nantes, tot la Leiden, apar publicații lunare axate pe teme specifice, denumite *mercures*. Primul este un opuscul de 100 de pagini, intitulat *Histoire abrégée de l'Europe, pour le mois de juillet 1686, où l'on voit tout ce qui se passe de considérable dans les*

*États, dans les Armes, dans la Nature, dans les Arts et dans les Sciences*¹. După alte câteva luni, apare la Haga *Mercure Historique et politique*; apoi multe altele. În particular, *L'Esprit des cours de l'Europe*, un *mercure* redactat în limba franceză, care îl critica regulat pe Ludovic al XIV-lea. Ca și gazeta din Leiden, aceste *mercures* erau difuzate în întreaga Europă prin intermediul unor rețele clandestine și traduse în mai multe limbi, în special în spaniolă și engleză.

În 1688, un diplomat francez exilat în Olanda, Jean Tronchin Du Breuil, întemeiază *Gazette d'Amsterdam*, redactată la rîndul ei în franceză și difuzată clandestin peste tot în Europa.

Cei care scriau în aceste *mercures* și gazete erau, în cea mai mare parte, francezi exilați în Olanda, care preferau să rămînă anonimi. Zădărnîcind planurile cenzurilor, ei jucau un rol de primă mărime în trezirea conștiințelor care avea să ducă, peste câteva decenii, la Iluminism.

În Franța, un ziar de propagandă: *Gazette* a lui Renaudot

În Franța, puterea controla tot ce mișca. Nimeni nu scăpa. În 1610, cînd Henric al IV-lea este asasinat, Jean și Étienne Richer obțin autorizația de a publica la Paris *Mercure François*, o lucrare anuală de 1 000 de pagini, controlată strict de putere și care conținea atît știri din Franța, cît și din restul lumii. În prima sa prefață adresată cititorilor, Jean Richer scria: „În

cartea aceasta îți ofer spre lectură cele mai deosebite întâmplări [...], pe care mesagerul meu (pe care-l numesc *Mercure François*) mi le-a adus din cele patru colțuri ale lumii, în diverse limbi”.

Nimic altceva nu este publicat, doar că, sub un castan din preajma Palatului Regal, oamenii citeau și comentau gazetele venite clandestin de la Amsterdam și de la Leiden și colportau toate zvonurile de la Curte. Castanul este în scurt timp poreclit de agenții regelui „Copacul de la Cracovia”, ca o aluzie, după istoricul presei Alexis Lévrier, la așa-numitele *craques*² colportate de gazete.

Apoi s-a ivit Théophraste Renaudot, considerat în mod eronat, cum vom vedea, întemeietorul presei moderne: de fapt, ca și Richer și alți câțiva, el se afla la ordinele Curții.

Născut la Loudun în 1586, într-o familie protestantă relativ modestă, studiază medicina la Montpellier, călătorește în Europa, apoi se întoarce pentru a se stabili ca medic la Loudun, unde îl întâlnește pe cardinalul Richelieu, care posedă acolo un castel familial și care devine protectorul lui. Publică în 1612 un *Traité sur la condition des pauvres*³. Îl trimite Mariei de Medici, care-l numește, la recomandarea lui Richelieu, medic al fiului ei, tânărul rege Ludovic al XIII-lea. Obține atunci un brevet regal pentru a înființa la Paris ceea ce el numea un „Birou de Adrese”, unde toată lumea să poată găsi informații și adrese, prin intermediul căruia să poată fi puși în legătură patronii cu cei ce căutau slujbe și care să difuzeze anunțuri (căutare sau vânzare de obiecte, declarații de tot felul...). „Săracii ar avea acces gratuit la aceste servicii.” Proiectul va rămâne mult timp literă moartă. După patru ani, Renaudot pleacă în Țările de Jos, unde vizitează primul ziar al

lui van Hilten, *Courante uyt Italien en Duytland*. În același an, Richelieu îl numește comisar al săracilor, însărcinându-l cu crearea unei „administrații preocupate să lupte împotriva sărăciei din regat”. Nu pare nerăbdător să se execute și abia în 1632, adică la aproape douăzeci de ani după ce avusese ideea, se hotărăște în cele din urmă să înființeze biroul de adrese. Între timp avea de făcut lucruri mai urgente și mai rentabile.

Supărat că nu dispunea de un instrument de propagandă pentru a contracara influența clandestină a gazetelor olandeze, Richelieu îl însărcinează pe Renaudot să le dea replică. Pe 30 mai 1631, Renaudot, finanțat de Richelieu, înființează propria tipografie și proiectează un ziar, *La Gazette*. Va fi un săptămânal de 4 pagini, care va apărea în fiecare sâmbătă, după modelul gazetei olandeze *Courante*, și va publica informații despre Franța, de la Curte și știri din străinătate. Publicație de propagandă, *La Gazette* îi va scoate regulat în evidență pe cardinal și pe rege, uneori într-o manieră caricaturală: regele, explica Renaudot, excelează ca dansator, ca și în tot ce întreprinde; partidele de vînătoare nu sînt pentru el decît momente de tihnă binemeritată după atîta trudă.

Renaudot nu-și afișează clar poziția de propagandist oficial. Dimpotrivă, pretinde că este furnizor de informații neutre. În prefața primei *Gazette*, publicată în iunie 1631, Renaudot scria: „Într-un singur punct nu voi ceda în fața nimănui, și anume în căutarea adevărului, al cărui garant nu pot totuși să mă declar”. Din acest prim număr aflăm, între alte știri substanțiale... că „regele Persiei asediază orașul Dille cu 15 mii de cai și cu 50 de mii de infanteriști, aflîndu-se la două zile de orașul Babilon”. Într-adevăr, atunci asedia șahul

Sefid I mai multe orașe kurde; în paginile publicației mai puteau fi citite și știri din Roma, Spania și Portugalia. Desigur, nimic despre Franța.

În septembrie 1631, când editorul Jean Epstein, despre care a fost vorba mai sus, lansează la Paris, fără autorizație, *Nouvelles ordinaires de divers endroits*, Renaudot se supără și obține, încă din octombrie 1631, dreptul exclusiv de a tipări și a vinde „știrile și relatările despre tot ce s-a petrecut și se petrece atît în interiorul, cît și în exteriorul regatului”. Privilegiu uriaș: cu excepția lui, nimeni nu avea dreptul de a publica în Franța informații despre Franța și din întreaga lume! Epstein trebuie să se resemneze să-i vîndă *Nouvelles ordinaires*, iar gazeta lui Renaudot trece de la 4 la 8 pagini, cu un supliment intitulat *Relations des nouvelles du monde*; acesta din urmă declară din nou că rolul lui nu consta decît în a pune capăt zvonurilor false, bârfelor. Renaudot obține colaborarea unora din cele mai bune condeie ale epocii: poetul Vincent Voiture, diplomatul Guillaume Bautru, dramaturgul Gautier de Costes, genealogul Pierre d’Hozier. Și chiar, mai tîrziu, Jean Racine. Iar uneori, însuși regele! Nu este un mare succes: *Gazette* este tipărită în fiecare zi de sîmbătă în 1 200 de exemplare.

În septembrie 1632, el insista: „Nu am nici un alt interes decît să vă spun adevărul, indiferent de aversiunea pe care îndeobște o provoacă acesta. Îl cultiv într-o asemenea măsură încît merg să-l caut pînă în locurile mai îndepărtate”. În anul acela, Renaudot publică în sfîrșit ceea ce promisese că va publica în urmă cu douăzeci de ani: *Feuille du bureau d’adresses*, un ziar cu anunțuri și oferte de servicii.

În 1633, deschide filiale ale publicației sale la Rouen, Aix-en-Provence, Lyon, Bordeaux... 30 de orașe cu totul.

Epstein nu renunță și publică din nou *Nouvelles ordinaires*. În 1634, o decizie a Consiliului Regelui reia ordinul de a „nu-l tulbura în nici un fel pe Théophraste Renaudot în tipărirea gazetelor sale” și îi cere în schimb lui Renaudot să renunțe la publicarea suplimentului său. Renaudot acceptă și publică, în schimb, gazete ocazionale privind evenimente particulare, pe care le numește *Extraordinaires*. În 1635, el sfârșește prin a instala în tipografia lui ceea ce ar fi trebuit să facă în urmă cu douăzeci de ani: o casă de împrumut prin amanet, cel dintâi birou de asistență publică din Franța. În 1641, inaugurează o a doua adresă, lângă Luvru, și continuă să practice ca medic, prejudiciind Școala de Medicină. Renaudot tot nu devenise ziarist. Rămînea propagandist.

În 1642, la moartea lui Richelieu, dușmanii lui ies în câștig. Și chiar dacă Mazarin îl protejează, Parlamentul Parisului îi interzice exercitarea medicinei și îi retrage funcția de comisar al săracilor.

În ianuarie 1649, Renaudot trece de partea reginei-mame, a regelui (în vîrstă de 10 ani) și a lui Mazarin și îi urmează în fuga lor la Saint-Germain. Dușmanii lui se dezlănțuie. Publicațiile împotriva regelui și a lui Mazarin, „mazarinadele” (piese în versuri satirice sau burlești, pamflete sau satire în proză), se înmulțesc. Doar în acest an sînt publicate 3 000.

Cînd, în aprilie 1649, regele se întoarce triumfător la Paris, Théophraste Renaudot, întărit de încrederea pe care i-o acordă regina-mamă și regele, revine în capitală și relansează *Gazette*.

Pe lângă ziarele clandestine, corespondențele private povestesc în amănunt aceste evenimente. De pildă, Jean Loret, poet beneficiind de protecția lui Mazarin, apoi a lui Fouquet, trimite în fiecare sîmbătă, pe toată durata Frondei, scrisori versificate binefăcătoarei sale Marie de Longueville, viitoarea ducesă de Nemours; scrisorile vor fi apoi copiate, distribuite și citite în saloane, la Curte și recitate în provincie și în străinătate.

Renaudot moare în 1653; fiii lui, amîndoi medici, îi iau locul la conducerea publicației sale. Iar cînd Blaise Pascal publică *Les Provinciales*, în 1656, reușește să o facă numai după nemaipomenite viclenii cu cenzura.

Două noi *journaux* (termenul *journal* începe să fie utilizat pentru a denumi publicații științifice și literare) sînt atunci autorizate.

În 1665, un consilier de la Parlament, protejat de Colbert, Denis de Sallo, este autorizat să publice *Journal des Savants*, consacrat exclusiv noutăților artistice, descoperirilor științifice și recenziilor cărților nou-apărute (cu un mic sector privind deciziile tribunalelor civile și eclesiastice). Publicația are un mare succes, iar modelul său este preluat în Germania și în Europa Centrală.

În 1672, Jean Donneau de Visé, prieten cu Molière, este autorizat să publice *Le Mercure galant*, periodic politic și, în același timp, literar, care colporta zvonurile de la Curte și vorbea despre literatură. Bineînțeles, strict controlat și plin de elogii la adresa regelui, similare cu cele din *Gazette*. Pentru Donneau de Visé, cei care citeau gazetele venite din străinătate nu erau decît niște „profesioniști ai clevetelii”.

Altminteri, bineînțeles că aceste jurnale nu beneficiau de credibilitatea gazetelor olandeze, care publicau informații necenzurate și circulau tot mai mult în Franța pe sub mână. Pînă și Molière încearcă să le discrediteze, vorbind în *La Comtesse d'Escarbagnas* despre „vînătorii de zvonuri care caută pretutindeni amatori pentru istorioarele culese de dînșii”, în stare să creadă „glumele proaste din *Gazeta Olandei*”⁴.

Nici o altă publicație nu este autorizată deocamdată. Iar dacă, în 1676, poetul François Colletet încearcă să publice un nevinovat *Journal de la ville de Paris*, „cuprinzînd tot ce se petrece mai demn de reținut pentru curiozitatea și în beneficiul publicului”, experiența este de scurtă durată: nu s-a păstrat decît un singur număr.

La sfîrșitul secolului al XVII-lea, singurele trei ziare autorizate în Franța, *Gazette*, *Journal des Savants* și *Le Mercure galant*, rămîn așadar unite în monopolul lor asupra propagandei monarhice.

În 1683, Ludovic al XIV-lea extinde chiar piața pentru *Gazette*, dîndu-i dreptul de a fi publicată în vreo treizeci de noi orașe. Un exemplar al ziarului pleca din Paris în fiecare sîmbătă. Cinci zile mai tîrziu, era disponibil în toate orașele regatului.

În 1686, cele trei ziare trec sub tăcere tifosul de care suferea regele, în timp ce ziarele din Provinciile Unite, printre care *La Quintessence des nouvelles* și *La Gazette de Leyde*, nu conteneau să amintească faptul că regele Franței nu era decît un muritor de rînd. Cititorii francezi au impresia că sînt manipulați, atît de presa elogioasă din Paris, cît și de cea din

Provinciile Unite, care anunța fără oprire, înșelându-se, moartea iminentă a lui Ludovic al XIV-lea.

Presa aceasta era derizorie: la începutul secolului al XVIII-lea, *Gazette* nu difuza decît 9 000 de exemplare pe săptămîină în întreaga Franță, la o populație de 20 de milioane de locuitori.

La Londra, cenzură și schimbare radicală

Sub domnia Tudorilor și a primilor Stuarti, cele cîteva gazete autorizate nu puteau, ca și în Franța, să publice altceva decît știri oficiale din regat și din străinătate: cenzura era foarte severă. În 1605, un anume Lewis Pickering este condamnat pentru calomnie de către arhiepiscopul de Canterbury, pentru că „acuzățiile lui reprezentau o amenințare pentru ordinea publică, chiar dacă ele cuprindeau o parte de adevăr, dat fiind că, după cum spune judecata, o persoană publică nu trebuie criticată”. Judecata aceasta, spune *De Libellis Famosis*, va determina jurisprudența timp de un secol: nu era permisă criticarea unei persoane sus-puse, nici chiar spunînd adevărul.

În 1619, tipograful Nathaniel Newberg publică episodic, sub titlul *News*, știri din străinătate. Termenul *news* va rămîne.

În 1621, Iacob I (care a domnit din 1603 pînă în 1625) le acordă lui Nathaniel Butter și lui Nicholas Bourne dreptul exclusiv de a publica un săptămînal, *Weekly News*, care nu era autorizat să publice decît traduceri literale ale unor articole

de ziar continentale. Nimic despre ce se petrecea în Marea Britanie. În 1624 apare în acest săptămînal o primă publicitate, pentru a promova vînzarea unui fotoliu.

În 1627, Carol I suprimă *Weekly News*. Ceea ce nu împiedică publicațiile interzise nici să se înmulțească, nici să se opună regelui. În 1637, o lege pretinde din nou ca orice satiră, pamflet sau ziar să obțină o licență de prepublicare, sub amenințarea autorilor și a tipografilor cu temnița.

Apoi, evenimentele se accelerează: în 1640, Carol I, încolțit de Parlament, îl dizolvă. În 1641, noul Parlament votează o lege care interzice dizolvarea sa, proclamă „libertatea presei” și autorizează publicarea unor relatări ale ședințelor parlamentare. Începe un prim război civil, în timpul căruia sînt publicate aproximativ 30 000 de *newsletters* și 722 de periodice. Periodicele din Londra, care susțineau în marea lor majoritate Parlamentul, au mult mai mult succes decît ziarele regaliste, în mare parte publicate în provincie.

În aprilie 1643, apare la Oxford *Mercurius Aulicus*, de orientare regalistă. În replică, Parlamentul creează propriul ziar, *Mercurius Britannicus*, condus de medicul Marchamont Nedham.

În 1644, Milton publică *Areopagitica*⁵ și protestează împotriva cenzurii: „A ucide un om este totuna cu a distruge o creatură înzestrată cu rațiune; dar a înăbuși o carte bună este totuna cu a distruge însăși rațiunea”. Mai degrabă antiregalist și partizan al Parlamentului, Milton își va petrece o foarte mare parte a vieții în închisoare.

Fiecare ziar continuă să apere propria tabără politică. În 1644, *Mercurius Aulicus* arăta că înfrîngerea regaliștilor de la Marston Moor era, de fapt, o victorie. În 1645, după încă o

înfrângere a regelui Carol I în bătălia de la Naseby, *Mercurius Britannicus* publica corespondența privată a lui Carol cu soția sa, Henrietta Maria, subtilizată după respectiva bătălie, și îl prezenta pe rege ca pe un nevolnic, subjugat de soția lui catolică.

În mai 1646, Nedham trece în cealaltă tabără și se pune în serviciul regelui: el transformă *Mercurius Britannicus* în *Mercurius Pragmaticus*, unde publică mai ales poeme satirice îndreptate împotriva unor parlamentari, care obțin întemnițarea lui.

Anul următor, Carol I se predă scoțienilor, care sfârșesc prin a-l pune la dispoziția Parlamentului în 1647; este întemnițat, judecat la începutul anului 1649, apoi executat pe 30 ianuarie. Pe 6 februarie, Camera Lorzilor este suprimată, iar pe 8 februarie, regalitatea este abolită.

În mai 1650, Nedham este grațiat de Cromwell, iese din închisoare și primește o plată guvernamentală de 50 de lire pentru a publica din nou ziarul, punându-l în serviciul lui Cromwell. Îl numește *Mercurius Politicus*.

În 1655, Cromwell suprimă toate ziarele, cu excepția a două publicații ale lui Nedham (*The Public Intelligencer* și *Mercurius Politicus*). În *Mercurius Politicus* apare în acea perioadă prima reclamă pentru ceai, apoi pentru o pastă de dinți de lux.

Cromwell moare în 1658. *Mercurius Politicus* este interzis. Totuși, Nedham nu este persecutat și revine la medicină. Este dat uitării.

În 1660, monarhia Stuartilor este restabilită odată cu Carol al II-lea, care-l admira pe Ludovic al XIV-lea și considera că, pentru a domni cu folos, trebuia să dispună de o presă aflată

la ordinele sale. În 1662, el obține adoptarea unei legi numite *Licensing Act*, care întărește sistemul autorizării prealabile și interzice publicarea de relatări de la ședințele Parlamentului.

În 1665, regele nu autorizează decât un singur ziar: *London Gazette*, redactat sub autoritatea directă a miniștrilor, de tineri funcționari (care se mulțumesc să traducă ziare străine). *London Gazette* apare de două ori pe săptămână și costă 1 penny. Ziarul acceptă în cele din urmă să publice în paginile sale texte publicitare, pentru a transmite anunțuri regale (regina a pierdut un cerceș, spanielul ei roșcat...). Va continua să fie singurul ziar autorizat timp de paisprezece ani.

În același an este autorizată o revistă științifică, *The Philosophical Transactions*, care pune capăt cutumei publicațiilor științifice în latină și este publicată în engleză.

În ciuda cenzurii, știrile continuă să ajungă în Londra și circulă în numeroasele cafenele unde bărbații vin să citească pamflete interzise și *newsletters* contra cost, manuscrise și confidențiale. În 1675, este difuzat un pamflet care descria un proiect de reintroducere a catolicismului; regele Carol al II-lea hotărăște sancțiuni și trimite armata să percheziționeze și să închidă acele locuri de nesupunere.

În 1688, la Londra, *The Glorious Revolution* duce la răsturnarea lui Iacob al II-lea, fratele lui Carol al II-lea, aflat pe tron de trei ani, care este înlocuit de William al III-lea, nepotul lui Carol I, olandez din naștere. Așa începe monarhia parlamentară. Anul următor este proclamată Declarația Drepturilor (*Bill of Rights*), care stabilește un anumit număr de drepturi civile fundamentale; în special, în articolul 9, proclamă libertatea de exprimare parlamentară. În 1690, apare primul ziar de provincie, *The Worcester Postman*.

În 1691, librarul John Dunton este autorizat să creeze un nou ziar, *The Athenian Mercury*, în întregime consacrat răspunsurilor la scrisorile cititorilor. Acesta apărea de două ori pe săptămână și costa 1 penny. Scrisorile fiind anonime, cititorii nu se cenzurau. Cum Dunton avertizase că nu va răspunde de două ori la aceleași întrebări, cititorii erau invitați să-și constituie propriile arhive. Puteai citi întrebări de tipul: „Cum poate ști cineva când visează și când este cu adevărat treaz?”. Ziarul era foarte inocent. Cenzura nu-și făcea griji în privința lui.

Pe 27 februarie 1693, același Dunton lansează *The Ladies' Mercury*, primul periodic consacrat exclusiv „celor mai frumoase și mai interesante întrebări privind dragostea, căsătoria, comportamentul, ținuta vestimentară și umorul sexului feminin, fie că este vorba despre fecioare, soții sau văduve”⁶. Ziarul nu se bucură de nici un succes și va fi publicat doar patru săptămâni.

În același an, Parlamentul hotărăște să nu mai prelungească *Licensing Act* din 1662 decât încă doi ani. Iar în 1695 cenzura prealabilă dispare definitiv în Marea Britanie.

Schimbarea este absolut majoră, așezînd Marea Britanie pe același plan cu Țările de Jos din punctul de vedere al libertății presei. Cu alte cuvinte: libertatea celor bogați de a citi ce îi interesa... Și mai ales despre ce se petrecea în colonii.

În colonii

Pe atunci, coloniile engleze din Americi erau dominate de o cenzură nemiloasă a guvernatorilor britanici, care controlau atât conținutul primelor publicații, cât și disponibilitatea în materie de hîrtie.

Cenzura era la fel de severă ca în metropolă: de-a lungul întregului secol, puține ziare au fost autorizate de puterea colonială; presa străină era primită în porturi și nu era aprobată decît după aplicarea cenzurii.

În 1629, guvernatorul din Massachusetts, William Bradford, cere arestarea lui Thomas Morton pentru că publicase la Plymouth pamflete și poeme antipuritane.

În 1647, unul dintre cofondatorii colegiului Harvard în 1636, Samuel Danforth, este primul care publică un periodic (almanah) în America. Acesta cuprindea poeme, jocuri, calendare, scurte cronologii ale unor evenimente importante din țară, datele ședințelor de tribunal, tabele cerești...

În 1690, Benjamin Harris, venit din Londra, unde lansase în 1679 *Domestick Intelligence* împotriva ducelui de York, fratele regelui Carol al II-lea și viitorul Iacob al II-lea, emigrează la Boston. Devenit proprietar al London Coffee House, el îi lăsa pe clienți să citească presa străină, apoi a creat primul ziar din America, *Public Occurrences, Both Forreign and Domestick*. Trei pagini de informații și o a patra pagină albă, astfel încît cititorul să poată face însemnări. Harris își propunea să „declare război spiritului minciunii”. Voia să facă din *Public Occurrences* un ziar cu apariție lunară – „ba chiar și cu frecvență mai mare, dacă intervin evenimente interesante”.

Primul număr se ocupa de evenimente locale: un incendiu la Boston, un caz de variolă, recolta de toamnă și războiul în curs împotriva indienilor. Dar denunța și cooperarea armatei britanice cu irochezii împotriva altor indieni. Astfel încât ziarul este imediat interzis de autoritățile coloniale pentru că fusese publicat „fără cel mai mic privilegiu sau cea mai mică formă de acord cu autoritățile”. Harris este trimis la închisoare, apoi înapoi la Londra, unde lansează un nou ziar, *London Post*. În America, secolul se încheie fără nici un ziar.

În Africa de Vest, la venirea portughezilor, *djeli* au primit numele *criado* (ceea ce însemna atât „servitor”, cât și „persoană bine-crescută”). În franceză, termenul este deformat în *guiriot*, în 1685, într-o scrisoare a unui guvernator al Compagnie du Sénégal, seniorul de La Courbe. Povestitorul ambulant folosea o tobă, o *kora*, un balafon sau o *tama* (al cărei sunet poate fi auzit de la o distanță de 11 kilometri). Astfel încât, atunci când condițiile erau optime, știrile circulau cu o viteză de aproape 160 km/oră.

În Japonia, *kawaraban*

În Japonia, ziarele apăreau episodic: erau niște pliante, denumite *kawaraban* („tipărire cu țiglă”) sau *yomiuri* („a vinde și a citi”), tipărite cu cerneală neagră pe foi de hîrtie de dimensiuni mari. Urmăreau să răspîndească știrile despre războaie, catastrofe naturale, sinucideri din dragoste și povești de răzbunare. Erau vîndute în *ezōshiya* („librării”) și de negustori ambulanți, care strigau titlurile pe străzi. Prețul

era un sfert din cel al unui prînz modest. Cel mai vechi *kawaraban* care s-a păstrat datează din 1615 și relatează asedierea castelului din Osaka în acel an și cucerirea lui de către shogunatul Tokugawa.

În China, metodele de comunicare a informației rămîn sumare; tiparul fusese dat uitării; nu existau ziare. Hotărîrile importante continuă să fie afișate, în lipsa altui mijloc de a le comunica. În 1670, un edict al împăratului Kangxi, din Dinastia Qin, care detalia cele 16 principii fundamentale ale ortodoxiei confucianiste, este afișat în sate și citit „în ziua de întîi cu Lună Nouă și în a cincisprezecea zi cu Lună Plină” de un învățat din partea locului capabil să citească chineza clasică și să o explice în dialect; tradiția aceasta va continua pe toată durata domniei acestui împărat, pînă în 1722, și apoi chiar pînă la începutul secolului XX.

1. *Istorie prescurtată a Europei pentru luna iulie 1686, care prezintă toate evenimentele mai importante petrecute în Țări, Armate, Natură, Arte și Științe* (n. tr.).
2. „Minciună”, „scorneală”, „născocire”; termenul este derivat de la interjecția *cracq*, care exprimă neîncrederea în cele spuse de cineva (n. tr.).
3. *Tratat privind starea săracilor* (n. tr.).
4. Molière, *Contesa de Escarbagnas*, traducere de Alexandru Kirițescu, Editura de Stat pentru Literatură și Artă, București, 1958, scena 1 (n. tr.).
5. Este vorba despre un pamflet controversat, prezentat ca fiind un discurs adresat Parlamentului Angliei, al cărui titlu trimite la străvechea democrație greacă, scris de poetul John Milton, care protestează împotriva cenzurării cărților înainte de a fi publicate. Textul, care este de departe cea mai cunoscută scriere în proză a poetului, este subintitulat în mod elocvent *A Speech of Mr. John Milton for the Liberty of Unlicensed Printing to the Parliament of England*. Reluăm *in extenso* citatul sintetizat mai sus de Jacques Attali, pentru a-i reîntregi încărcătura polemică: „And yet, on the other hand, unless wariness be used, as good almost kill a man as kill a good book: who kills a man kills a reasonable creature, God’s image; but he who destroys a good book, kills reason itself, kills the image of God, as it were in the eye. Many a man lives a burden to the earth;

but a good book is the precious life-blood of a master spirit, embalmed and treasured up on purpose to a life beyond life”, John Milton, *Areopagitica*, cu un comentariu de Sir Richard C. Jebb, Cambridge University Press, Cambridge, 1918, p. 7 (n. tr.).

6. În acest prim număr, tipărit la Londra, se arăta că publicația își lua angajamentul de a răspunde la întrebările puse de sexul frumos, adică la „all the most nice and curious questions concerning love, marriage, behaviour, dress and humour of the female sex, whether virgins, wives, or widows” (n. tr.).

Capitolul 5

Libertate de exprimare, ziaristică și democrație

Secolul al XVIII-lea, înainte de revoluții

În această perioadă de răscruce apare cu adevărat, în Europa și în America, meseria de ziarist, ai cărei germeni datau de trei mii de ani. Cu misiunea de a informa, în deplină libertate, fără altă grijă decât cea de a face acest lucru cât mai bine cu putință. Ea apare în Provinciile Unite, apoi în Anglia, acolo unde, cum am văzut, precumpănea negustorimea.

În alte părți, găsim deocamdată doar cenzură și propagandă; filozofi și scriitori își asumă nenumărate riscuri pentru a relata faptele și a-și exprima opinia. Prin curajul lor, ei accelerează cucerirea libertății de exprimare, care va duce, și acolo, la nașterea democrației.

Primii ziariști, printre negustorii olandezi

În mod natural, totul începe la prima putere economică din lume, acolo unde negustorii dominau și care domina piețele Europei: Provinciile Unite erau pe atunci o confederație extrem de solidă, foarte preocupată de independența sa și adversară declarată a absolutismului. Puterea negustorilor se sprijinea pe șantiere navale extrem de eficiente și pe o industrie textilă de vîrf. Libertatea de exprimare era mai puțin limitată decît oriunde altundeva. Guvernării și tribunalele provinciale nu interziceau publicațiile decît atunci cînd personalitățile politice, magistrații, diplomații, membrii clerului protestau împotriva conținutului lor. Astfel încît, în cea de-a doua jumătate a secolului al XVIII-lea, peste 250 de publicații sînt interzise la Amsterdam, printre care cărțile lui Grotius, Spinoza, Machiavelli, Hobbes, Rousseau, Voltaire și Hume. Invers, autorii și editorii respectau o disciplină implicită, care le permitea și noilor ziare să fie tipărite și să se exprime destul de liber asupra unor teme de ordin politic și social.

În 1725, Abraham Ferwerda, scriitor și editor din Leeuwarden, reședința provinciei Frizia, întemeiază cel mai vechi ziar în olandeză, intitulat *Leeuwarden Courant*. Ziarul își propunea să fie neutru din punct de vedere politic; era interesat în special de chestiuni comerciale și internaționale. În paginile lui nu se vorbea nici despre religie, nici despre politica internă.

În 1738, ziarul *La Gazette de Leyde*, care apărea de două ori pe săptămîină, scris tot în franceză, de la sfîrșitul anilor 1670, este preluat de o familie hughenotă originară din Bergerac,

familia lui Jean Luzac, profesor de greacă și rector al Universității din Leiden. Spre deosebire de *La Gazette d'Amsterdam*, de dată mai recentă, acesta exprima o opoziție mai directă față de guvernul francez și de Biserica Catolică. Tipărită în 4 200 de exemplare, *La Gazette de Leyde* era citită de toate elitele europene, politice, diplomatice, filozofice și comerciale. Ceva mai târziu, se va pronunța în favoarea revoluțiilor americană și batavă. În paginile sale se pronunță primii ziaști care trăiesc din scris. Cine mai știe astăzi de Jean (și de fiii săi, Étienne și Élie) Luzac, a căror influență a fost totuși considerabilă în toată Europa, de-a lungul întregului secol al Luminilor?

În martie 1744, Anthony de Groot editează la Haga, cu o apariție de trei ori pe săptămână, *La Gazette de La Haye*, publicată de astă dată în limbile franceză și neerlandeză. În paginile ziarului puteau fi găsite și informații militare, politice, economice și comerciale din întreaga Europă.

Ziarele acestea încep treptat să se distanțeze de cenzură și îndrăznesc să critice Reforma și pe guvernării olandezi.

În 1769, magistrații din Olanda, cea mai puternică dintre cele șapte Provinciile Unite, reacționează și pregătesc un „Plan de cenzură preventivă”, care urmărea interzicerea textelor potrivnice Reformei și a celor care „corup tineretul cu obscenități”, cerînd ca autorul oricărui articol sau oricărei cărți să semneze cu numele său adevărat. Însă, ca o primă adevărată victorie a libertății de exprimare, opoziția negustorilor și a librarilor este atît de mare, încît acest text este respins.

La Londra: apariția ziaristicii de opinie

Începutul secolului al XVIII-lea marchează deșteptarea puterii engleze, care devine principala rivală a Provinciilor Unite. Ea începe să se manifeste cu adevărat odată cu abandonarea cenzurii, în 1695, prin simplul fapt că nu se mai reînnoiește *Licensing Act*, care dispare astfel de la sine. Desigur că nu ne referim deocamdată decît la libertățile oamenilor și, mai ales, ale proprietarilor.

Totuși, nu era încă permis să se spună orice și să se scrie orice; și, ca și în Țările de Jos, multe lucruri erau interzise în Marea Britanie. De pildă, din 1640, cum am văzut, continua să fie interzisă relatarea dezbaterilor din Parlament. Partea cea mai importantă a vieții politice engleze se petrecea acolo.

Dar atacurile violente vor dărîma multe dintre aceste ultime obstacole.

În 1701, pamfletul satiric scris de Defoe înainte de *Robinson Crusoe*, intitulat *The True Born Englishman*, se vinde în 80 000 de exemplare. Text incredibil de modern, care îl apăra pe regele William al III-lea (venit din Provinciile Unite și instalat la putere din 1689) împotriva atacurilor xenofobe și care arăta că națiunea engleză era alcătuită de multă vreme din amestecuri de populații.

În același an sînt create mai multe ziare, dintre care două apar de trei ori pe săptămîină: *The Post Boy*, întemeiat de Abel Roper, și *The Flin Post*, întemeiat de George Ridpath, și unul, și celălalt mari partizani al Parlamentului împotriva monarhiei absolute.

Pe 11 martie 1702, cînd William al III-lea moare de pe urma unei căzături de pe cal, este creat primul cotidian

britanic, *Daily Courant* (care va supraviețui pînă în 1735). În 1704, Daniel Defoe lansează și el un săptămînal politic, *The Weekly Review in the Affairs of France*, din... celula închisorii unde se afla (ispășea vina de a fi publicat un pamflet împotriva intoleranței Bisericii Anglicane). Începînd din 1705 și pînă în 1713, *Weekly Review* va apărea de trei ori pe săptămîină.

În 1709, Richard Steele, scriitor irlandez, editor al *London Gazette* (care încă era pe atunci periodicul oficial al guvernului britanic), creează *The Tatler*, echivalentul englez al ziarului *Le Mercure galant*, care se dorea „șmecher și personalizat” și cuprindea critici literare și articole pe teme de societate (loteria și duelurile), cu o publicitate abundentă (peste cincisprezece anunțuri în fiecare număr). Ziarul intră rapid în cădere liberă. Steele este extenuat: în spatele ziarelor se ascundeau adesea unul sau doi indivizi pasionați care se istoveau muncind. Uneori, un cuplu – și, de altfel, se vorbește prea puțin despre rolul soțiilor acestor ziariști.

În 1712, perspectiva succesiunii iminente a reginei Anna, care se afla la putere din 1702 (și care nu avea moștenitori, cu toate cele 17 sarcini ale ei), provoacă publicarea a numeroase ziare, broșuri de propagandă și pamflete. Curtea se gîndește să restabilească cenzura, apoi instituie o *Stamp Act* (taxă de timbru), care determină o creștere a costului ziarelor și falimentul multora dintre ele. *Stamp Act* fiind calculată la numărul de pagini, pentru a evita plata unor impozite prea mari, ziarele trec la un format foarte mare, *broadsheet*. În acel an, 70 000 de exemplare de ziare, luînd laolaltă toate titlurile, sînt tipărite săptămînal în Marea Britanie, pentru o populație de 6 milioane de locuitori. (În Franța, în aceeași perioadă, *La*

Gazette de Paris, pe atunci singurul ziar autorizat din toată țara și care nu era altceva decât o gazetă de propagandă, era tipărită în doar 9 000 de exemplare săptămânal, pentru 20 de milioane de locuitori). Vărul reginei Anna, Marele Elector de Hanovra, îi urmează la tron, devenind rege sub numele de George I.

În Marea Britanie sînt create și alte ziare; mai întîi la Exeter, la Norwich, apoi la Bristol. Dacă nu aveau știri, editorii publicau poeme. În 1719, neobositul Steele mai întemeiază un ultim ziar, *The Plebeian*. În 1720, la Londra, Trenchard și Gordon, autori de pamflete politice publicate sub pseudonimul Cato, scriu o frază care avea să devină ultracelebră: „Libertatea presei este marele scut al libertății poporului”¹. În 1727 este întemeiat *London Evening Post*, unul dintre primele cotidiene de seară, inițial specializat în fapte diverse. În 1730 este creat *Daily Advertiser*, la început un banal ziar de anunțuri, care devine curînd cel mai mare ziar din Londra, datorită rolului important căpătat prin publicarea anunțurilor publicitare.

În 1731 este lansată cu succes *Gentleman's Magazine*, revistă lunară de 42 de pagini, care se ocupa de literatură și de politică. În 1744, Elizabeth Haywood creează *Female Spectator*, unde le explică cititoarelor din înalta societate că ofițerii nu sînt cei mai potriviți companioni și că ceaiul, „băutură inutil exotică”, ocupă un timp disproporționat în viața familiilor cu stare.

În 1762, contele de Bute, sfetnic al regelui George al III-lea, lansează *Briton*, un nou instrument de propagandă regală. În replică, filozoful John Wilkes întemeiază în același an *North Briton*, ziar foarte violent antimonarhist, ceea ce determină,

pentru o vreme, încarcerarea sa în Turnul Londrei. Apoi devine magistrat. În 1777, când editorul lui *Middlesex Journal or Chronicle of Liberty* este dat în judecată pentru că publicase (ceea ce continua să fie interzis din 1640) dezbaterile din Camera Comunelor, Wilkes face încît el să evite o condamnare. Jurisprudența aceasta se impune: de acum înainte era posibil să fie publicate articole privind lucrările parlamentare. Ultimul dig al cenzurii se rupsese.

Cînd începe lupta pentru independența americană, majoritatea ziarelor se declară în favoarea menținerii controlului britanic în America. Puține sînt cele care se situează de partea insurgenților. Printre ele, la Londra, *Westminster Magazine* publică o scrisoare a lordului primar al Londrei, Sir Thomas Halifax, care vorbea despre insurgenți ca despre „frații noștri americani” și îi adresa regelui rugămintea de a „înceta să recurgă la forță”, criticînd „înflorătoarea nimicire a fraților noștri din America”.

În 1785, John Walter creează *Daily Universal Register*, care va căpăta peste trei ani titlul său definitiv: *The Times*. În același an începe să apară unul dintre primele cotidiene britanice de seară, *The Star Evening Advertiser*.

Presa engleză era astfel pregătită să relateze evenimentele de pe continent și să îi accepte pe emigranții care nu vor întîrzia să se îmbulzească.

Presa germană

În diversele state ale Imperiului, controlul ziarelor era deocamdată deosebit de strict; în Prusia, în particular, Frederic al II-lea pune presa în serviciul propagandei sale. Totuși, câteva periodice oarecum critice încep să circule: 57 de titluri în 1701, 183 în 1780, 200 în 1800. Mai ales la Hamburg, Frankfurt, Köln, München. Încă nu vorbeau foarte mult despre politica internă; informau despre subiecte internaționale, despre fapte diverse și publicau anunțuri și oferte de angajare.

Multe dintre aceste ziare există și astăzi, în ciuda tuturor vicisitudinilor istoriei germane.

În 1703 este întemeiat la Viena cel mai vechi ziar în limba germană care există și astăzi, *Wiener Zeitung*; foarte supravegheat, ziarul vorbea despre evenimente internaționale și despre fapte diverse (crime, căsătorii, decese, nașteri, relatări din aristocrație, rapoarte judiciare...). Este urmat în 1705 de *Hildesheimer Relations-Courrier* (cunoscut astăzi sub denumirea *Hildesheimer Allgemeine Zeitung*). În 1713 apare *Pfälzischer Merkur*, cu sediul la Zweibrücken; *Hanauer Anzeiger* apare în 1725, inițial alcătuit din anunțuri săptămânale; apoi, în 1743, *Bremer Nachrichten*. În 1761 apare *Saarbrücker Zeitung*; în 1763 este lansat *Hersfelder Zeitung*, de către tipograful Georg Christoph Mohr și pastorul Jakob Maximilian Stirn. Toate aceste ziare există și astăzi.

Apoi apare, în 1781, *Politisches Journal*, publicație lunară a lui Gottlob Benedikt von Schirach. Devine în scurt timp periodicul cel mai citit din lumea germanică; cuprindea

informații de politică internă, statistici, analize, corespondențe din capitalele europene.

În Italia, aproape nimic deocamdată

La începutul secolului al XVIII-lea, diversele regiuni ale Peninsulei erau încă în foarte mare măsură ocupate de puteri străine sau conduse de monarhi prea puțin interesați să acorde vreo libertate de exprimare supușilor lor. Lombardia și Veneto, primele regiuni unde s-a dezvoltat circulația informației în secolul al XVI-lea, rămân dependente de sistemul lor de *avvisi*, acele scrisori cu informații vândute de negustori sau de informatori câtorva abonați. Periodicele care publicau știri literare, științifice, internaționale erau numite *giornale*.

În 1710, savanții Scipione Maffei și Antonio Vallisnieri și filologul-poet Apostolo Zeno lansează la Veneția *Giornale de letterati d'Italia*, care devine periodicul italian cel mai de seamă. Ultimul său număr datează din 1740. În același an, juristul, anticarul și istoricul Giovanni Lami întemeiază la Florența *Novelle letterarie*, un săptămînal foarte erudit care aborda numai teme religioase, istorice și culturale.

Apar și alte cîteva periodice, mai mult sau mai puțin efemere; la Roma, *Diario ordinario* și *Giornale ecclesiastico di Roma*; la Bologna, *Diario bolognese ecclesiastico e civile*; și la Neapole, *Giornale letterario di Napoli*.

În 1760 apare la Veneția *Gazetta Veneta*, ziar bisăptămînal creat după modelul ziarului englez *Spectator*.

În 1764, frații Pietro și Alessandro Verri publică la Milano *Il Caffè*. Ziarul apărea la fiecare zece zile și vorbea despre „diverse fapte, fapte foarte variate, fapte inedite, fapte întreprinse de diverși autori, toate de utilitate publică”. Devine principalul mijloc de difuzare a gândirii iluministe în Italia. Publică texte ale filozofului Cesare Beccaria și ale membrilor Accademiei dei Pugni, societate savantă întemeiată în 1761 la Milano. Nu vorbește prea des despre situația politică italiană. Din cauza cenzurii austriece din Lombardia, ziarul este tipărit la Brescia, pe teritoriul venețian. Până când, în 1766, cenzura austriacă obține oprirea publicației și închiderea Accademiei. La sfârșitul secolului, în Italia, termenul *giornale* începe să denumească o publicație cotidiană axată pe actualitate.

Presa franceză: în continuare cenzurată

La începutul secolului al XVIII-lea, în Franța domnea un monarh absolut, Ludovic al XIV-lea; nu puteau apărea decât cărțile și ziarele explicit autorizate, înainte de publicare, prin intermediul sistemului privilegiilor și al autorizării prealabile, care reglementa în Franța, de la apariția lor în secolul al XVI-lea, toate meseriile din domeniul tiparului și librăriei. Iar dacă cineva voia să le încalce, Ferme générale des postes, care deținea monopolul difuzării corespondenței, bloca difuzarea ziarelor, pe care doar ea era autorizată să le difuzeze în afara orașului unde erau editate. Mai mult, o sută de cenzori regali,

așezați sub autoritatea cenzorului-șef al regelui, vegheau la interzicerea tratării subiectelor politice de actualitate.

Poporul continua, ca și în secolul anterior, să citească o mulțime de foi volante, *canards*, almanahuri și o „literatură de colportaj”, redactată de știriști și gazetari, toate difuzate pe sub mână.

Pentru a-i desemna pe cei care scriau în gazetele autorizate, se vorbea atunci de „gazetari” și de „publiciști”. Termenul *journaliste*, inventat de Pierre Bayle în 1684 și folosit în limba franceză începând din 1702, încă era conotat negativ, pentru că îi desemna exclusiv pe propagandiștii puterii. În 1684, Pierre Bayle creează și un periodic de critică literară, *Les Nouvelles de la république des lettres*.

Curtea voia să dețină controlul absolut. Mai ales, conform lui Alexis Lévrier, Ludovic al XIV-lea, care era pe moarte, voia să afle tot ce se spunea despre el dincolo de granițe; de aceea, în afară de ce-i relatau spionii, cerea să i se citească gazetele olandeze și așa a aflat că, la Londra, pariurile privind data morții sale erau în toi. Singurele trei ziare autorizate erau supuse unui control din ce în ce mai strict și au fost chiar preluate direct de administrația regală. În 1701, *Journal des savants* este plasat sub patronajul regal și sînt numiți redactori remunerați de Curte.

În iunie 1709, într-o perioadă cînd piereau de foame sute de mii de francezi și după falimentul pieței financiare de la Lyon, disperat, Ludovic al XIV-lea face un apel către popor pentru a obține mijloacele de finanțare a războiului pe care-l purta împotriva Provinciilor Unite. Fapt foarte rar: pe 12 iunie 1709, în toate bisericile și catedralele celor 39 000 de parohii ale regatului, este citită de la amvon o scrisoare adresată

poporului de către rege. Succesul a fost uriaș: burghezia de provincie a finanțat aprovizionarea și echiparea soldaților, care, în schimb, au refuzat în majoritate primele de angajare. În iulie, Tournai capitulează în fața trupelor franceze. Adversarii Franței bat în retragere peste tot, apoi, în noiembrie, este semnat un armistițiu la Haga. Rar exemplu de comunicare directă a regelui cu ansamblul supușilor săi.

În 1724, *Le Mercure galant*, înființat în 1672 de Jean Donneau de Visé, devine *Mercure de France* și este pus sub patronajul – altfel spus controlul – Ministerului Afacerilor Externe. În provincie, înființarea ziarelor este frânată de privilegiile acordate ziarelor naționale, cu excepția ziarelor cu mică publicitate. *Affiches*, primul periodic provincial adevărat, este publicat inițial la Strasbourg, în 1731; apoi și la Lyon, în 1750. În ambele orașe, ziarul este consacrat în principal publicării de anunțuri publicitare.

În 1749, *La Gazette* este anexată Ministerului Afacerilor Externe, care o preia de la descendenții lui Renaudot. Nici un alt ziar nu este autorizat la Paris.

În 1749, Diderot și Rousseau elaborează proiectul publicării unui ziar săptămânal, *Le Persifleur*, pe care urmează să-l redacteze alternativ, însă, în cele din urmă, proiectul *Enciclopediei* trece în prim-plan și săptămânalul nu mai apare. Din 1751 debutează primul proiect mondial de informare globală, *L'Encyclopédie*. Diderot și D'Alembert arătau în avertisment: „Să nu dispărem înainte de a fi dovedit că merităm să facem parte din umanitate”. Rousseau scria în 1755 că un ziar este „o lucrare efemeră, fără valoare, fără utilitate, a cărei lectură, neglijată și disprețuită de cei instruiți, nu servește decât la a le oferi femeilor și proștilor vanitate fără

instrucție”. Rousseau se abonează la *Mercure*, însă refuză funcția care îi este oferită de Malesherbes la *Journal des savants*.

Voltaire este însărcinat să redacteze cuvintele-titlu „Gazette” și „Gazetier” din *Encyclopédie*. La „Gazette”, el scria: „Majoritatea au fost create numai pentru a câștiga bani. Nocivitatea lor a determinat răspîndirea lor; însă rațiunea și bunul-gust, care înving întotdeauna pe termen lung, le-au cufundat în dispreț și în uitare”². Iar la „Gazetier”: „Un bun gazetar trebuie să se informeze cu promptitudine, să fie credibil, imparțial, să folosească un stil simplu și corect; ceea ce înseamnă că gazetarii buni se întîlnesc foarte rar”³. Pentru Voltaire, gazetele nu sînt altceva decît „povestirea unor fleacuri”.

În pamfletul său intitulat *Le Préservatif ou Critique des observations sur les écrits modernes*, Voltaire îi critică pe „mîzgălitori”, dar proslăvește totuși *Le Journal des savants*, pe care-l consideră „părintele tuturor lucrărilor de acest fel”; apreciază și *Mercure de France*, *Journal encyclopédique* și *Gazette littéraire de l’Europe* (așadar, mai ales publicațiile literare/filozofice, în care va publica cîteva texte). În piesa lui intitulată *L’Ingénu*, ziarele sînt considerate niște „broșuri periodice unde persoane incapabile de a produce ceva denigrează producțiile altora”.

Celebrul citat: „Nu sînt de acord cu ceea ce spuneți, dar mă voi bate pînă la moarte ca să aveți dreptul să o spuneți” este apocrif (Evelyn Beatrice Hall, autoarea unei biografii a lui Voltaire, notează pentru prima dată fraza aceasta în *The Friends of Voltaire*, în 1906). Iar *Traité sur la tolérance* se ocupă mai ales de toleranța religioasă, nu de libertatea de

exprimare. De altminteri, în 1769, când un anume La Beaumelle redactează un *Commentaire sur la Henriade*, pamflet foarte violent împotriva piesei lui Voltaire, acesta din urmă reușește să-i împiedice apariția, obținând confiscarea cărților la Toulouse.

În același moment, Denis Diderot scria în *Encyclopédie*: „Toate fițuicile acestea sînt hrană pentru ignoranți, expedient pentru cei ce vor să vorbească și să judece fără să citească, calamitate și dezgust pentru cei ce muncesc”⁴.

La jumătatea secolului, sînt autorizate noi publicații, care imită *Journal des savants* sau *Mercure*. Apar acum *Mémoires de Trévoux*, ziar inspirat de iezuiți, și *Les Nouvelles ecclésiastiques*, de înclinație jansenistă. În curînd vor apărea alte 800 de ziare, cît se poate de inofensive din punct de vedere politic, printre care *Journal économique*, *Les Observations de la physique* și *Journal de médecine*. În 1759 apare *Journal des dames*.

Aristocrația continuă să vehiculeze știri la Curte și în saloane, scriind scrisori sau texte copiate de mînă și schimbîndu-le pe sub mînă, ca pe vremea acelor *avvisi* venețiene: de exemplu, textele interzise ale lui Denis Diderot, pe care baronul Friedrich Melchior von Grimm le vinde foarte scump, într-o copie manuscrisă, cîtorva zeci de principii din Europa, între 1753 și 1773.

În 1761, Charles-Joseph Panckoucke, prieten cu Voltaire, Rousseau și Buffon, creează, la Lille, *Annonces, affiches et avis divers pour les Pays-Bas français*. Nimic subversiv. Avea să facă în curînd o mare carieră ca patron de presă.

În 1762, *Gazette* devine *Gazette de France*, cu un subtitlu foarte explicit: „Organ oficial al Guvernului regal”. Suard și

abatele Armand primesc conducerea publicației, pe care o vor pierde din cauza unui articol considerat „indiscret” despre căsătoria ducelui de Gloucester cu contesa de Waldegrave.

Orice tentativă deviantă continuă să fie sancționată de cenzura regală: *Journal des dames* este interzis în 1769 după ce se erijează în purtător de cuvânt al Iluminismului, criticînd pe față instituțiile și guvernul.

În scurt timp, Panckoucke devine patron de presă, primul din Franța: lansează rînd pe rînd *Journal de Bruxelles* în 1774, *Journal de Genève* (orientare istorică și politică), *Journal des dames*, *Journal des spectacles*, *Journal des affaires d'Angleterre et d'Amérique*, *Gazette des tribunaux*. Apoi preia *Mercure de France*, succesorul lui *Le Mercure galant*, care continuă să beneficieze de monopol asupra informațiilor politice, atît din Franța, cît și din străinătate, pe care-l transformă în săptămînal și căruia reușește să-i crească vânzările de șapte ori.

Pe 1 ianuarie 1777, la aproape un secol după olandezi și englezi, Louis d'Ussieux, Antoine-Alexis Cadet de Vaux, Olivier de Corancez și Jean Romilly înființează primul cotidian francez, *Journal de Paris*, dar privilegiul de care continuă să beneficieze *Gazette* le interzice publicarea unor informații originale. În 1784 apare la Bordeaux primul cotidian de provincie autentic, *Journal de Guyenne*, creat de Pierre-Godefroy Calamy și Simon de La Court, care nu se mulțumește să publice doar anunțuri.

Inspirîndu-se de la *London Evening Post* (publicat la Londra de cincizeci de ani), *Journal de Paris* îndrăznește de acum încolo să evoce cîteva fapte diverse pariziene, anecdote despre viața unor celebrități, actualitatea literară, spectacolele

de seară, rezultatele de la loterie, prognozele meteo și o rubrică ce va invada în scurt timp presa mondială: „Știri despre boala persoanelor a căror stare de sănătate interesează publicul”.

Principalii apărători ai libertății de exprimare apar puțin mai târziu: în 1784, Beaumarchais se referă mereu la ea în *Le Mariage de Figaro*: „...că fără libertatea de-a critica nici o laudă nu e măgulitoare și că numai oamenii de nimic se tem de nimicurile defăimătoare”⁵; și, pentru a ironiza cenzura: „Cu condiția să nu vorbești nici de autorități, nici de cult, nici de politică, nici de morală... nici de cei sus-puși... nici de operă sau altele, nici de nimeni care să însemne ceva... cu aceste condiții, ești liber să tipărești tot ce vrei... sub controlul a doi sau trei cenזורi”⁶.

În America britanică, presa îndrăznește

În America de Nord, puterea britanică este absolută, iar controalele privind ceea ce se publică sînt și mai severe decît în Anglia. Autoritățile coloniale britanice sînt extrem de exigente și controlează tot, începînd de la hîrtia necesară tipăririi ziarelor.

Primul ziar de pe teritoriul american, *Boston Newsletter*, este creat în 1704 de un anume John Campbell, pe atunci șeful unui releu de poștă din Boston. Ziarul este săptămînal, mulțumindu-se să publice, ca primele gazete italiene din secolul anterior, scrisorile pe care fondatorul său le trimite

mai multor clienți, printre care guvernatorul din Connecticut, cu privire la situația din Europa. Nici o informație locală. Pentru a-și echilibra cheltuielile, acesta adaugă publicitate și anunțuri. Cenzura veghează: în 1719, *Boston Newsletter* nu mai este autorizat să publice decât articole europene mai vechi de un an.

Apoi apar alte ziare după același model: *American Weekly Mercury* (la Philadelphia, în 1719) și *New York Gazette* (1725). În continuare extrem de controlate și ocupându-se numai de subiecte europene.

La Boston, pe atunci orașul american cel mai important, existau două ziare în 1719, trei în 1721 și cincisprezece în 1735, la un total de 15 000 de locuitori. În 1721, un anume James Franklin întemeiază *New-England Courant*, ziar literar și de opinie, ostil guvernului britanic, căruia îi reproșează că nu depune suficiente eforturi pentru a proteja navele de atacurile pirateresti. Tot el duce și o cruciadă împotriva contaminării cu variolă, care tocmai pătrunsese la Boston. Când cenzura îi interzice să publice *New-England Courant*, James Franklin îi încredințează fratelui său Benjamin, în vîrstă de 16 ani, administrarea ziarului. Benjamin scrie, fără știrea fratelui său, cronici umoristice sub pseudonimul Silence Dogood, pretinzînd că ar fi cînd o văduvă, cînd alte trei personaje. Are un succes foarte mare. Apoi James Franklin preia *The Universal Instruction in All Arts and Sciences: And Pennsylvania Gazette*, care va juca, așa cum vom vedea, un rol important.

În 1725, un tipograf loialist englez, William Bradford, înființează primul ziar din New York, *New York Gazette*, pentru a-l sprijini pe guvernatorul englez al coloniei. În 1733,

John Peter Zenger, un tipograf de origine germană, lansează împotriva acestuia *New York Weekly Journal*. În 1734, Zenger este arestat pentru „calomnie seditioasă”. Soția lui, Anna, continuă să tipărească ziarul în perioada cât el se află în închisoare. În timpul procesului, avocatul lui, Andrew Hamilton, lansează un apel pentru apărarea „cauzei libertății de exprimare și pentru lupta împotriva puterii arbitrare prin intermediul rostirii și scrierii adevărului”; el își construiește pledoaria în jurul unei apologii a libertății presei. Curtea îi dă dreptate sprijinindu-se pe un precedent stabilit cu ocazia unui proces de la Londra, din 1605, în care un anume Lewis Pickering fusese totuși condamnat pentru calomnie la adresa arhiepiscopului de Canterbury. A fost o mare victorie a libertății de exprimare pe teritoriul american. Ziarele antibritanice se înmulțesc și devin tot mai îndrăznețe: de exemplu, *New York Journal* al lui John Holt și *Providence Gazette* publicat de Sarah și Mary Katherine Goddard.

În 1736, William Parks, un tipograf din Maryland, creează *Virginia Gazette*, avînd drept deviză „Always for Liberty and the Public Good” („Mereu pentru libertate și pentru binele public”), unde preia și mesajele unor persoane particulare aflate în căutarea... sclavilor lor fugiți.

În 1765, în ajunul Războiului de Independență american, apare cel puțin cîte un săptămînal în fiecare dintre cele treisprezece colonii britanice, cu excepția coloniilor New Jersey și Delaware. În general, este vorba despre ziare de aproximativ patru pagini, cuprinzînd informații scurte și folositoare. Nimic despre politică.

În coloniile franceze din Africa, primul ziar este un săptămînal publicat în 1773 la Port Louis, *Journal des annonces, affiches et avis divers pour les colonies des Isles de France et de Bourbon*, de către un anume Nicolas Lambert.

În India, primul ziar este *Hicky's Bengal Gazette*, publicat în engleză, în 1780, de către un irlandez, salariat al Companiei Indiilor Orientale, James Augustus Hicky. El descria în paginile acestuia moravurile burgheziei coloniale. Alte cîteva ziare apar apoi, tot în engleză și create tot de foști salariați ai Companiei Indiilor. Fiecare dintre ele are doar cîteva sute de cititori. În 2021, printre primele cinci mari ziare din lume se numără cîteva ziare indiene.

1. John Trenchard și Thomas Gordon publică între 1720 și 1723, sub pseudonimul Cato (inspirat de la Cato cel Tînăr, rivalul lui Iulius Caesar), o colecție de eseuri intitulate *Cato's Letters*. În *Cato's Letters*, nr. 15, intitulată „Of Freedom of Speech: That the same is inseparable from Publick Liberty”, din 4 februarie 1721, putem citi cunoscuta frază: „Freedom of Speech is the great Bulwark of Liberty; they prosper and die together” (n. tr.).
2. Citatul, celebru, este aici ușor trunchiat: „La plupart ont été faites uniquement pour gagner de l'argent; et comme on n'en gagne point à louer les auteurs, la satire fit d'ordinaire le fonds de ces écrits. On y mêla souvent des personnalités odieuses; la malignité en procura le débit: mais la raison et le bon goût qui prévalent toujours à la longue, les firent tomber dans le mépris et dans l'oubli”, *Encyclopédie*, ed. I, 1757, p. 534 (n. tr.).
3. *Ibid.*, p. 535 (n. tr.).
4. Cuvintele-titlu „Journal” și „Journaliste” din *Encyclopédie* sînt semnate de Denis Diderot (n. tr.).
5. Beaumarchais, *Nunta lui Figaro*, traducere de Anca Boldur, Editura pentru Literatură, București, 1967, actul V, scena 3 (n. tr.).
6. *Ibid.* (n. tr.).

Capitolul 6

Presa, „marele scut al libertății poporului”

1788-1830

De-a lungul celor patruzeci de ani de la cotitura dintre secolele al XVIII-lea și al XIX-lea vor fi scrise marile texte care afirmă libertatea de exprimare și libertatea de a informa.

În cursul acestor patruzeci de ani, sistemele de cenzură clădite cu mare grijă de societățile anterioare (și care, în teorie, nu mai existau în Marea Britanie începând din 1695, în coloniile britanice din America începând din 1734 și, foarte provizoriu, în Franța între 1789 și 1792) se vor prăbuși peste tot în Europa, dar deocamdată nu și în restul lumii.

Pentru că – iar aceasta este una dintre marile lecții ale acestei perioade –, dacă libertatea politică îngăduie înflorirea unei prese libere, în schimb, o presă liberă nu garantează salvarea libertății politice.

Totul începe în America de Nord.

La Boston: „Libertatea presei este marele scut al libertății poporului”

Ruinată de Războiul de Șapte Ani, coroana britanică instaurează în cele treisprezece colonii ale sale din America de Nord un impozit pe orice tipăritură, inclusiv pe ziare, în mai 1765. Taxa era totuna cu reintroducerea cenzurii. Ea era ruinătoare pentru editori, de vreme ce, spre deosebire de acel *Stamp Act* englez care fusese abolit în urmă cu șaptezeci de ani, taxa aceasta nu includea doar ziarele, ci tot ce produceau tipografii, inclusiv cărțile.

Benjamin Franklin nu se înșela atunci când îi scria lui David Hall, asociatul său de la *Pennsylvania Gazette*: „Toate astea îi vor afecta pe tipografi mai mult decît pe oricine altcineva”.

Bătălia pentru independența Statelor Unite va începe prin răzvrătirea împotriva acestei taxe.

Ziarele denunță neîntîrziat ceea ce ele numesc *Black Act*. John Adams, un tânăr avocat din Worcester (care va deveni cel de-al doilea președinte al Statelor Unite), publică (anonim) un lung pamflet în *Boston Gazette*, pentru a-i incita pe „domnii tipografi” să nu se lase intimidați și să refuze să plătească impozitul.

În august 1765, la Boston, adversarii lui *Stamp Act* dau foc unei efigii a unui colector de impozite și împiedică navele care veneau din Anglia să-și descarce încărcătura de hîrtie timbrată. În săptămînile ce au urmat, toate ziarele din colonie au relatat aceste isprăvi. În special, pe 1 noiembrie,

Pennsylvania Journal publică o ediție specială împotriva lui *Stamp Act*; *Pennsylvania Chronicle* publică în mai multe numere, sub semnătura lui John Dickinson, *Letters from a Farmer in Pennsylvania*, care denunțau aceste impozite; pe 21 noiembrie, un alt ziar foarte efemer, *Constitutional Courant*, care se distribuia pe străzile din New York, redactat de Andrew Marvel, denunța „tirania” acestui impozit, comparat cu „lanțurile unei sclavii abjecte”, și instiga „la neplata lui”. Mare succes. Ziarul este retipărit la Boston și Philadelphia.

Presiunea este atât de puternică, încât, câteva luni mai târziu, în februarie 1766, guvernatorul coloniilor retrage *Stamp Act*; tipografiile care nu au sprijinit acțiunea confrăților lor sînt vandalizate. Victoria aceasta a fost un formidabil factor de accelerare a formării conștiinței naționale.

În 1767, John și Samuel Adams organizează „Fiii libertății”, grupări care începeau să se împotrivescă prezenței britanice; nucleul lor dur, numit „Loyal Nine”, trimite la *Massachusetts Gazette* și la *Boston Newsletter* articole care anunțau următoarele lor sabotaje, informații ce nu trebuiau publicate decît a doua zi dimineată.

În 1768, Royal Council, ramura legislativă a conducerii politice a coloniei, cere Curții de la Massachusetts să închidă *Boston Gazette*, care era pe atunci cel mai difuzat ziar colonial, tipărit în doar 2 000 de exemplare. Dar Curtea refuză, confirmînd jurisprudența din 1734, și citează doi autori britanici, Trenchard și Gordon, care scriseseră în 1720 (cum am văzut) sub pseudonimul Cato: „Libertatea presei este marele scut al libertății poporului”.

În mai 1773, un nou incident: guvernul britanic autorizează Compania Britanică a Indiilor Orientale să-și

vîndă ceaiul în America fără să plătească taxe, provocînd astfel ruinarea producătorilor locali de ceai; afișe intitulate *The Alarm* sînt expuse în New York pentru a denunța privilegiul acesta. John Dickinson, într-una din scrisorile sale din *Pennsylvania Chronicle*, cheamă la boicotarea tuturor produselor Companiei Indiilor.

Pe 16 decembrie, rebelii se adună în birourile ziarului *Boston Gazette* pentru a merge să arunce în apele oceanului lăzile cu ceai care se aflau încă la bordul navelor englezești proaspăt sosite. Ca represalii, guvernatorul englez din Massachusetts instaurează legea marțială. Cenzura revine. Directorul de la *Boston Gazette* fuge; autoritățile britanice oferă un premiu pentru arestarea lui.

În 1774, Thomas Paine, un britanic instalat la New York, ia apărarea rebelilor din Massachusetts în ziarul său, *Pennsylvania Magazine*. Tipograful William Goddard denunță sistemul poștal regal și impozitele ce apasă asupra ziarelor astfel difuzate și propune crearea unei „poște constituționale” pentru difuzarea eficientă a ziarelor. Poșta, de care ziarele aveau atît de multă nevoie, va constitui, cum vom vedea, un element esențial în lupta pentru independență și pentru constituirea națiunii americane.

Pe 19 aprilie 1775, bătălia de la Lexington marchează începutul Războiului de Independență american. La New York, tipografia ziarului *New York Gazetteer*, care era de partea britanicilor, este distrusă. *Boston Gazette* și *Pennsylvania Magazine* se dezlănțuie. Pe 10 ianuarie 1776, Thomas Paine publică anonim un pamflet, *Common Sense*, unde cer, folosind un vocabular simplu, ruperea de Marea Britanie și instaurarea unei republici. Succes imens. Pe 12

iunie 1776, Virginia adoptă o declarație a drepturilor și devine primul stat care proclamă libertatea presei, reluând formulările din decizia tribunalului din Massachusetts din 1768, inspirată la rîndul ei de decizia tribunalului din New York din 1734: „Libertatea presei este unul dintre cele mai mari scuturi ale libertății și nu poate fi vreodată restrînsă decît de guvernări despotice”¹.

Pe 4 iulie 1776, reprezentanții celor treisprezece colonii semnavă o Declarație de Independență la Congresul de la Philadelphia, condus de George Washington. La Londra, *Westminster Magazine* publică o scrisoare a lordului primar, Sir Thomas Halifax, scrisoare de „susținere a fraților noștri americani” și care îi cere regelui să „înceteze să recurgă la forță”; *Monthly Review* vede în George Washington un „Fabius Maximus modern”, iar *Scots Magazine* îl descrie ca pe un „om luminat și de o mare integritate”. Benjamin Franklin devine primul ambasador al Statelor Unite la Paris. Războiul de Independență nu se încheiase.

Între 1777 și 1781, independența triumfă, cu sprijinul Franței în bătăliile de la Saratoga și din Golful Chesapeake. Pe 3 septembrie 1783, Tratatul de la Paris, semnat de reprezentanții celor treisprezece colonii și de Marea Britanie, consfințește nașterea Statelor Unite. Cu această ocazie, ducele de La Rochefoucauld îi prezintă pe Turgot și pe Buffon lui Benjamin Franklin, care li-i prezintă la rîndul său pe Thomas Paine și Thomas Jefferson, veniți la Paris pentru a negocia tratatul.

În 1784, cînd Benjamin Franklin se întoarce în Statele Unite, apare *Pennsylvania Packet and Daily Advertiser*, primul cotidian american, finanțat în mare măsură prin publicitate.

În 1787, Madison, Hamilton și Jay publică cele 85 de „Federalist Papers”, care pun bazele Constituției americane, ascunzându-se sub numele Publius, de unde și importanța pe care o va dobîndi dreptul la anonimat în societatea americană.

Constituția americană este adoptată pe 17 septembrie 1787 și intră în vigoare pe 4 martie 1789. Ea prevede controlul statului asupra poștei și acordă Congresului dreptul de „a crea oficii și drumuri poștale”². Ceea ce arată importanța acestei rețele de comunicare în edificarea noii națiuni.

În 1790, pe teritoriul Statelor Unite erau publicate aproape 100 de ziare, față de numai aproximativ douăzeci cu treizeci de ani în urmă.

În 1791, James Madison, pe atunci reprezentant al Virginiei, propunea și reușea să obțină adoptarea unui prim amendament la Constituție, care asocia libertatea cuvîntului cu libertatea presei: „Congresul nu va elabora nici o lege care să restrîngă libertatea cuvîntului sau a presei”³. Spre deosebire de ce se va petrece în majoritatea celorlalte țări, principiul acesta, adesea contestat, nu va fi niciodată abolit, cu excepția unui interval de timp foarte scurt, șapte ani mai târziu, cum vom vedea.

Începînd din 1789, John Fenno, profesor la Boston, lansează *The Gazette of the United States*, bisăptămînal federalist, considerat drept primul ziar american orientat politic; vicepreședintele John Adams și primul secretar al Trezoreriei, Alexander Hamilton, publicau acolo sub anonimat. Peste doi ani, Alexander Hamilton va salva ziarul de la faliment plătindu-i din propriul buzunar pe creditori.

Pentru a ține piept acestui ziar, antifederaliștii creează în 1791, la cererea lui Jefferson și a lui Madison, *The National Gazette*, iar nepotul lui Benjamin Franklin, Benjamin Bache, întemeiază *Philadelphia Aurora*.

Pe 20 februarie 1792, în temeiul Constituției, președintele Washington creează *Postal Service Act*, care garantează confidențialitatea corespondenței și acordă tarife preferențiale ziarelor (Congresul refuză proiectul lui Washington de a acorda gratuitate presei). Legea aceasta accelerează masiv difuzarea presei: ea constituia și o incitare la alfabetizare.

Federaliștii (în zilele noastre am spune democrații), care se temeau să nu piardă majoritatea în Congres, încearcă atunci să pună din nou sub semnul întrebării libertatea presei și primul amendament votat în urmă cu șapte ani. În 1798, John Allen, reprezentantul statului Connecticut, scria că „libertatea presei și a opiniei este gândită în așa fel încât să distrugă orice încredere reciprocă a oamenilor, [...] ceea ce duce la dizolvarea oricărei legături unionale”. Ei reușesc să obțină votarea legii *Sedition Act*, care pedepsea cu amendă și cu întemnițarea scrierile „false, scandaloase și răuvoitoare” despre Congres și președintele Statelor Unite. Unii tipografi republicani sînt chiar condamnați și întemnițați. Dar, cum se întîmpla ori de cîte ori presa era atacată, atmosfera devine potrivnică cenzorilor, iar cei cenzurați devin foarte populari. În 1801, republicanii cîștigă alegerile. Devenit președinte, Jefferson abrogă *Sedition Act*, apoi îi grațiază pe toți cei care fuseseră condamnați în urma aplicării acestui text. Democratul Alexander Hamilton întemeiază *New York Evening Post* (sau *Evening Post*) împreună cu mai mulți

afaceriști foarte dezamăgiți de venirea la putere a lui Jefferson. În acel moment, în Statele Unite funcționau 230 de ziare, dintre care 17 cotidiene.

După acest episod de cenzură care a durat trei ani, Statele Unite nu vor mai reveni niciodată asupra libertății, cel puțin formale, a presei. Este de la sine înțeles că, în toate aceste bătălii pentru dobândirea unor libertăți, femeile și sclavii nu constituiau deocamdată decît arareori teme de revendicare.

La Paris: „Libera comunicare a gândurilor și opiniilor este unul dintre drepturile cele mai de preț ale omului”⁴

În timp ce, la finele anului 1788, doar patru ziare, foarte controlate, erau publicate la Paris, Ludovic al XVI-lea hotărăște să convoace Stările Generale. Pentru a le pregăti, el „îi autorizează pe cetățeni să-și expună liber doleanțele”. Ceea ce implica libertatea de exprimare și de a publica. La începutul anului 1789, numărul ziarelor explodează.

2 600 de titluri sînt publicate între lunile ianuarie și aprilie 1789, în toate formele posibile. Sînt concepute și publicate în grabă, fără prea mari preocupări estetice: opt pagini cu o scriere foarte înghesuită; titlurile mari și rezumatele articolelor ocupă pagina întîi, pentru a ușura efortul celor care vindeau ziarele pe stradă.

Pentru a încerca să limiteze această libertate, cenzorul-șef al regelui le transmite deputaților că dezbaterile Stărilor Generale trebuiau să rămână confidențiale. Pentru a ocoli această cenzură, deputații elaborează niște „scrisori adresate alegătorilor”, unde relatează despre mandatul lor și despre dezbateri. Cenzura încearcă să reacționeze; în provincie, informațiile sînt strict controlate, iar ziarele nou-apărute protestează: putem citi în *Les Affiches de Rennes* din 4 februarie 1789, care devenise un ziar în deplinul înțeles al cuvîntului: „Cum! Nici un cuvînt despre ce s-a petrecut și ce se petrece la Rennes!... Nu, respectabilii mei cititori... Nu, nici un cuvînt... Mîhnirea și prudența nu ne îngăduie să vă oferim jalnica povestire”. Negustorii ambulanti, care străbăteau cu regularitate satele, continuau să constituie, împreună cu cluburile și ziarele, surse majore de informație.

Pe 16 martie 1789, Jacques Pierre Brissot, liderul girondinilor, anunța crearea la Paris a unui cotidian, *Le Patriote français*: „Ne propunem să publicăm un ziar politic, național, liber, independent față de cenzură și de orice fel de influențe”. El publică în paginile acestuia relatări de la dezbaterile Stărilor Generale. Condorcet și abatele Grégoire scriu și ei în ziar.

În unele zile din primăvara anului 1789 erau vîndute pe străzi 300 000 de exemplare. Pe 19 mai 1789, ziarele sînt oficial autorizate să relateze despre dezbaterile de la ședințele Stărilor Generale, dar nu și să publice comentarii, deocamdată. Reunirea celor trei ordine, pe 27 iunie, transformă Stările Generale într-o Adunare Națională, care începe să pregătească o Constituție.

Pe 17 iulie 1789, papetarul Louis Marie Prudhomme publică primul număr dintr-un săptămînal, *Les Révolutions de Paris*, al cărui unic redactor este tot el; revista de 40 pagini, publicată duminică, denunța mizeria populară și cenzura; Prudhomme este primul care relatează astfel despre căderea Bastiliei, în timp ce *Gazette de France* ignoră evenimentul, iar ziarele străine îl descriu, ulterior, ca pe unul lipsit de importanță.

Pe 3 august, Adunarea decide că următoarea Constituție va fi precedată de o Declarație a drepturilor omului și ale cetățeanului; ea este pregătită de un comitet (alcătuit din Jean-Nicolas Dêmeunier, César-Guillaume de La Luzerne, François Denis Tronchet, Mirabeau și Claude Redon), pornind de la 24 de articole propuse de un birou condus de Jérôme Champion de Cicé. Pe 17 august are loc prima dezbatere privitoare la libertatea presei, care trebuia să se regăsească în articolul 8: „Cetățeanul are dreptul să-și facă cunoscute ideile prin cuvînt, scris, tipar, cu rezerva expresă de a nu aduce atingere drepturilor altcuiva; în special scrisorile trebuie să fie intangibile”. Pe 19 august, articolul acesta devine articolul 11: „Dat fiind că libera comunicare a gîndurilor este un drept al cetățeanului, ea nu trebuie să fie restrînsă decît în măsura în care aduce atingere drepturilor cetățenilor”. Ceea ce consfințea libertatea absolută a presei. Textul nu era încă votat.

Luni, 24 august, se trece la vot. Ducele Louis Alexandre de La Rochefoucauld (cel pe care l-am întîlnit împreună cu Benjamin Franklin) declara: „Presa este cea care a distrus despotismul, ea, care, înainte, distrusese fanatismul”; și propunea următorul text: „Libera comunicare a gîndurilor și

opiniilor este unul dintre drepturile cele mai de preț ale omului: orice cetățean poate așadar să vorbească, să scrie, să tipărească în deplină libertate, în afară de cazurile când va răspunde pentru abuzarea de această libertate în situațiile delimitate de Lege”. Barère de Vieuzac adaugă: „Ratificați așadar această libertate a presei, care este inseparabilă de libera comunicare a gândurilor. [...] Progresul opiniei înarmate a presei nu poate fi oprit”. Rabaut-Saint-Étienne temperează: „Libertatea presei nu trebuie să violeze secretul poștei” și „libertatea presei nu este lipsită de inconveniente”, dar încheie totuși: „Nici când nu a fost vreun alt articol mai important”. Două versiuni ale textului se înfruntă. În retranscrierile ședinței, se poate citi: „Se pune la vot articolul XIX al proiectului biroului al șaselea; articolul este respins. Se pune la vot cel al dlui duce de La Rochefoucauld. Articolul este decretat”.

Libertatea întrevăzută

În septembrie 1789, Louise de Kéralio, fiica unui cenzor regal, devine prima femeie redactor-șef al unui ziar, *Journal d'État et de citoyen*; prietenă cu Danton și Desmoulins, se va refugia nu peste mult timp în Belgia.

În noiembrie 1789, neobositul Panckoucke, care a editat succesiv *L'Encyclopédie*, *Mercure de France*, *Gazette de France* și atâtea alte ziare, publică un nou ziar, *Le Moniteur universel*, în cazul căruia folosește pentru prima dată formatul foarte mare, *broadsheet*, pe care englezii îl utilizau deja de un secol

(de cînd fuseseră constrînși de o taxă). Ziarul devine noul organ oficial al guvernului.

La Paris, printre cele mai importante ziare favorabile Revoluției: *Le Courier de Provence* al lui Mirabeau și *Les Révolutions de Paris* al lui Prudhomme. Mai era și *L'Ami du peuple*, care număra între 8 și 12 pagini, în întregime redactate de Marat, uneori sub forma unui simplu afiș lipit pe zidurile clădirilor din Paris; nu era o publicație regulată, dar s-au regăsit aproape 600 de numere. *Le Père Duchesne* al lui Jacques-René Hébert recurgea la un limbaj extrem de vulgar: „Jur pe burta a o mie de femei borțoase”. *Journal des amis de la Constitution*, condus de Choderlos de Laclos, publica corespondența cluburilor iacobine de provincie. Antoine Momoro (cel căruia i se datorează deviza „Libertate, Egalitate, Fraternitate”) publică *Journal du club des Cordeliers*, al unuia dintre curentele cele mai extreme ale Revoluției.

Printre gazetele contrarevoluționare încă active: *Gazette de France*, ziar inițial bisăptămînal și controlat de Curte, care devine cotidian în 1791, sub titlul *Gazette nationale de France*; era controlat de Ministerul Afacerilor Externe; *Journal politique national*, *Les Actes des apôtres*, la care colabora Rivarol, *Gazette de Paris*, condusă de episcopul de Châlons-sur-Marne, Anne-Antoine-Jules de Clermont-Tonnerre. Începînd din ianuarie 1790 apar și alte ziare regaliste, precum *L'Apocalypse*. Fostul actor Pierre-Germain Parisau publică *La Feuille du matin*. La arestarea lui Ludovic al XVI-lea la Varenne, în 1791, redactorul-șef de la *Gazette de Paris*, Barnabé Durosoy, le cere partizanilor regelui să se ofere ca ostatici în locul lui.

Alții încearcă să se mențină pe o linie prudentă: *Journal des débats et décrets* al lui Jean-François Gaultier de Biauzat, precum și *Le Moniteur universel* al lui Charles-Joseph Panckoucke.

Apoi, *Le Journal des savants*, *Gazette de Paris*, *Le Patriote français*, *Le Journal de Paris*, *Le Moniteur de Paris* dispar.

Unii ziariști își câștigau bine pâinea pe atunci. De la 28 iulie 1789 până la 2 iunie 1793, Jacques-Pierre Brissot încasează un salariu echivalent cu cel al unui ministru pentru publicarea ziarului *Le Patriote français*. Camille Desmoulins scrie că a fi ziarist a încetat să mai fie o profesiune de mercenar, de sclav al guvernului.

Prețul care trebuia plătit era mare: numeroși ziariști vor muri în scurt timp pe eșafod sau asasinați, printre care Brissot, La Rochefoucauld, Danton, Marat, Durosoy, Robespierre, Hébert, Olympe de Gouges și Desmoulins.

Teroarea: „Cei care otrăvesc opinia publică vor fi arestați”

Pe 1 august 1792, *Le Moniteur universel*, ziar regalist disident, publica o declarație a ducelui prusac Karl Wilhelm Ferdinand de Brunswick-Wolfenbüttel, care afirma că, dacă se comitea cumva cel mai mic act de violență împotriva familiei regale, care tocmai fusese arestată, va trimite asupra parizienilor „o execuție militară și o distrugere totală”. Revoluționarii turbează. Începe Teroarea.

Pe 10 august, insurgenții se îndreaptă spre Tuileries. Redactorul-șef de la *Gazette de Paris*, Barnabé Durosoy, care se oferise să fie ostatic în locul regelui, este arestat. Cincisprezece zile mai târziu, devine primul ziarist ghilotinat. Pe 11 august, ziarele regaliste sau moderate sînt interzise; editorii/tipografii lor sînt arestați, iar sediile lor sînt puse la dispoziția ziarelor revoluționare. Pe 12 august, Comuna din Paris proclamă: „Presele, caracterele și instrumentele lor vor fi distribuite tipografilor patrioți”.

Libertatea presei nu a durat decît doi ani.

Pe 4 septembrie, ducele Louis Alexandre de La Rochefoucauld, autorul articolului privind libertatea presei din Declarația drepturilor omului și ale cetățeanului, este asasinat la Gisors de voluntari din Sarthe și Orne care îi vîneau pe aristocrați. Cenzura devine nemiloasă. Pe 4 decembrie, Convenția proclamă că „acela care se va dovedi că a compus sau a tipărit scrieri ce propun restabilirea regalității în Franța sau dizolvarea reprezentării naționale va fi tradus în fața tribunalului revoluționar și pedepsit cu condamnarea la moarte. [...] Colportorii, vînzătorii sau distribuitorii de scrieri interzise vor fi pedepsiți cu trei ani de închisoare dacă îi dau în vileag pe autori și cu doi ani de ocnă dacă nu îi dau în vileag”.

La Londra, *Times* din 10 septembrie 1792 îi denunța pe revoluționarii francezi: „animalele pariziene”, „cei mai sălbatici tirani cu patru labe care străbat deșerturile neexplorate ale Africii se ridică deasupra acestor animale pariziene cu două labe”. Tot atunci și tot la Londra, William Henry Smith, agent de presă, crea o rețea de librării în gările

londoneze. Primul proiect al unui sistem de mesagerie de presă.

Pe 25 ianuarie 1793, *Times* scria, relatînd executarea lui Ludovic al XVI-lea în urmă cu patru zile la Paris: „Fiecare suflet din acest regat arde de indignare împotriva sălbaticilor sîngeroși din Paris, încît pînă și denumirea de francez a devenit odioasă. [...] Ludovic al XVI-lea al Franței a fost asasinat pentru aceeași crimă pentru care Agis Macedoneanul a fost trimis la moarte de barbarii săi supuși rebeli”.

Pe 29 mai 1793, Convenția îi obligă pe tipografi care doreau să afișeze texte în spațiile publice să menționeze pe afiș numele adevărat al autorului articolului și interzice folosirea hîrtiei albe, rezervată documentelor oficiale (or, hîrtia colorată era mai scumpă, ceea ce limita posibilitatea unor astfel de afișări...). Cu o lună înainte de asasinarea lui Marat, pe 2 iunie 1793, ziarul lui Brissot este închis, iar Brissot este ghilotinat.

O lespede de plumb se lasă asupra presei. Dacă în ianuarie 1792 la Paris existau aproximativ 216 ziare, în iunie 1793 nu mai erau decît 113.

În martie și aprilie 1794, vine rîndul ziariștilor iacobini Hébert și Desmoulins să fie executați. Cu puțin timp înainte ca Robespierre să aibă aceeași soartă, pe 28 iulie.

Nici Gracchus Babeuf nu scapă: după ce lansase *Le Tribun du peuple, ou le Défenseur des droits de l'homme*, el se sinucide pe 27 mai 1797, la tribunal, după pronunțarea condamnării lui la moarte. François de Pange, care condamnase violența Revoluției în *Le Journal de Paris*, scapă în ultima clipă de ghilotină.

Un destin cu totul ieșit din comun printre ziariștii revoluționari: Louis-Stanislas Fréron, fiul adversarului lui Voltaire, proprietar, în 1789, al periodicului *L'Année littéraire*, publică *Le Vieux Cordelier*. Apoi i se alătură lui Marat, publică *L'Orateur du Peuple* și conduce, în 1793, represiunea la Marseille și Toulon, o represiune atât de înspăimântătoare, încât pînă și Robespierre este șocat. O nouă cotitură: în august 1794, la o lună după executarea lui Robespierre, apără libertatea absolută a presei. Amant, în 1794, al lui Pauline Bonaparte, pe atunci în vîrstă de 13 ani, este dat la o parte de fratele ei devenit Prim Consul, care-l trimite în 1802 la Saint-Domingue, ca subprefect, pentru a înăbuși răscoala lui Toussaint Louverture. Acolo va și muri, la două luni după sosire, de febră galbenă. Ca și soțul lui Pauline, care participase și el la expediție.

Telegraful mecanic: „Franța nu este atât de întinsă încît să nu poată forma o republică”

În acest timp, în Franța, necesitățile ideologice, administrative și guvernamentale ale Revoluției determină o inovație majoră, care, pentru prima dată din vremuri imemorabile, va accelera transmiterea informațiilor: telegraful.

De fapt, în acel moment, era esențial pentru republica incipientă să existe garanția că putea guverna integralitatea teritoriului. Or, ceea ce petrecea la Paris era foarte puțin cunoscut în provincie, din cauza ziarelor inexistente sau a

zvonurilor fanteziste, și putea duce la explozia regatului și la război civil, în special în toată partea de vest. Biserica, potrivnică Revoluției, nu mai asigura unitatea mesajului statal prin predici sau prin difuzarea scrisorilor monarhului, cum procedase Ludovic al XIV-lea în 1709. Va apărea o tehnologie care va ajuta la afirmarea unității națiunii și va asigura mijloacele necesare în acest scop.

Pe 3 martie 1791, după încercări infructuoase (un telegraf electric la Geneva, un telegraf alfabetic între Ménilmontant și Bagneux și un telegraf optic la Londra), Claude Chappe, moștenitorul unei familii burgheze din Laval, pune la punct un cod care permitea descifrarea a 9 999 cuvinte, repartizate în tot atâtea rînduri ale unei cărți. Scopul lui era evident politic și în acord total cu atmosfera timpului: „Să dea guvernului posibilitatea de a-și transmite ordinele la mare distanță în cel mai scurt timp posibil”. El considera că invenția lui „era cel mai bun răspuns dat celor care cred că Franța este prea întinsă ca să poată forma o republică unită”.

Primul lui mesaj, transmis între două comune din Sarthe, aflate la o distanță de 17 kilometri una de cealaltă, era, și el, în mod clar unul politic: „Adunarea Națională va recompensa experiențele folositoare publicului”. Rețeaua începe să fie instalată. Se începe pe direcția nordului, pentru a putea fi urmărită confruntarea cu armatele dușmanilor Revoluției. Sînt instalate mai multe linii: în 1793, Paris-Lille (pentru a supraveghea trupele austriece); apoi Paris-Brest (pentru controlarea Bretaniei) și Paris-Strasbourg (de unde știrile soseau în șase minute și jumătate, trecînd prin 44 de telegrafe). Încă nu se punea problema de a lăsa să circule prin

rețea informații pentru ziare sau pentru persoanele particulare.

Pe 30 august 1794 are loc prima transmisie operațională: un mesaj provenind din Lille ajunge în câteva minute la Paris. El anunța Convenției cucerirea orașului Condé-sur-Escaut de către trupele republicii în confruntarea cu austriecii.

În 1795, cenzura este redusă parțial de către Directorat; ziarele regaliste sînt din nou autorizate. Însă ziariștii care participaseră la Revoluție continuă să fie proscriși: pe 8 septembrie 1797, la patru zile după lovitura de stat a lui Barras, cei Cinci Sute aprobă un raport al lui Jacques-Charles Bailleul care conținea ordinul de deportare pe insula Oléron a 54 de ziariști, printre care Isidore Thomas Langlois (redactor, începînd din 1792, la *Postillon de la guerre*), René-Ambroise Deaubonneau (fondator și director al publicației *Journal des colonies* de la Saint-Domingue) și Jean-François de La Harpe (care redevenise, în 1793, redactor-șef la *Mercure de France*); tot atunci sînt suprimate 31 de ziare. La Paris, nu mai rămîn decît 70 de publicații politice.

În iulie 1797, în timpul campaniei din Italia, Bonaparte, preocupat de informarea armatei sale, creează *Le Courrier de l'armée d'Italie*, ziar adresat exclusiv soldaților; redacția îi este încredințată vechiului iacobin Marc-Antoine Jullien. În august 1797, el creează *La France vue de l'armée d'Italie*, ziar pe care îl încredințează lui Regnault de Saint-Jean d'Angély. Fiecare dintre cei doi bărbați, a căror viață a fost atît de aventuroasă, ar merita o biografie.

În 1798, Bonaparte lansează, după același model, *Le Courrier de l'Égypte*, care ține loc de ziar oficial al armatei (116 numere cu totul, condus de Jean-Joseph Marcel⁵, tipograf

francez, fiul nepotului consulului Franței la Cairo). Ziarul cuprindea și prezentări despre descoperiri și piramide. La sfârșitul anului 1799, este publicat primul articol despre piatra din Rosetta⁶, descoperită pe 15 iulie în același an de către un soldat francez, apoi recuperată de britanici după înfrângerea francezilor. Tot în timpul acestei expediții este întemeiată revista *La Décade égyptienne*, tipărită de Institutul Egiptului, care reunea articolele Comisiei pentru Științe și Arte.

După lovitura de stat din 18 brumar (9 noiembrie 1799), consulatul este instaurat oficial pe 1 ianuarie 1800. De acum înainte, cenzura devine absolută.

Toate acestea dovedesc ceea ce vom constata ulterior de multe ori: libertatea presei nu împiedică instaurarea unei dictaturi.

Imperiul: „Dreptul de a tipări nu este un drept natural”

După lovitura de stat, una dintre primele preocupări ale lui Napoleon a fost de a controla presa. „Dacă scap presa de sub control”, ar fi declarat el, „nu rămân nici trei luni la putere”. Pentru el, „dreptul de a tipări nu se numără printre drepturile naturale”. Consulii republicii interzic crearea unor noi gazete și suprimă 60 de ziare, care publicau „articole contrare respectării pactului social, suveranității poporului și gloriei armatelor”. *Le Moniteur universel* și *Le Courrier de Paris* devin organele oficiale ale guvernului consular. Un decret din 27

nivôse⁷, anul VIII (17 ianuarie 1800), nu lasă să supraviețuiască la Paris decât 13 ziare și restabilește autorizația prealabilă. Lasă în special să circule *La Gazette universelle*, creată în 1792 sub numele *Nouvelles politiques*, apoi sub cel de *Nouvelliste*, apoi sub cel de *Publiciste*, ziar deosebit de prudent.

În 1801, un decret interzice orice difuzare a ziarelor. Nu se mai pune problema să li se permită vânzătorilor ambulanți să circule prin Paris cu pachete de ziare. Nici să se vîndă vreun alt ziar în afară de cele, foarte puține, care erau autorizate. Iar pentru a avea certitudinea că nimic nu circula dinspre Paris spre provincie, întreprinderile private aveau interdicția de a transporta orice publicație periodică și chiar orice colet care cîntărea mai puțin de un kilogram.

Pe 22 aprilie 1804, Napoleon îi scrie ministrului Poliției, Joseph Fouché: „Țineți-i puțin mai bine în frîu pe ziaristi: faceți astfel încît să fie publicate articole bune... Doresc să îi chemați pe redactorii de la *Journal des débats*, de la *Publiciste* și *La Gazette de France*, care sînt, după părerea mea, ziarele cele mai căutate, și să le spuneți că, dacă vor continua să nu fie decât cureaua de transmisie a ziarelor engleze și să sperie fără încetare opinia publică, [...] durata lor de viață nu va fi lungă; că vremea Revoluției s-a încheiat și că, în Franța, nu mai există decât un partid; că nu voi tolera nici o clipă ca ziarele să spună sau să facă ceva împotriva intereselor mele”.

Pe 16 iulie 1805, Napoleon își pune în practică amenințarea din aprilie și ordonă să fie confiscat *Journal des débats*, care își schimbă și el numele și devine *Journal de l'Empire*.

Un ziarist deosebit din această perioadă: Joseph Fiévée. La origine regalist, a stat ascuns sub Directorat, a fost întemnițat

la ordinul lui Fouché în 1803, a devenit, în același an, agent secret în slujba împăratului, apoi, în 1804, redactor-șef la *Journal des débats*, rebotezat *Journal de l'Empire*, fiind înălțat la rangul de baron de către Napoleon în 1810; apoi a fost numit prefect de Nièvre, după care i s-a alăturat lui Ludovic al XVIII-lea și a fost revocat de Napoleon în timpul celor O Sută de Zile. Devine unul dintre proslăvitorii Restaurației, apoi ai libertății presei și face închisoare din acest motiv în 1818. Se numără și printre primele personaje homosexuale din înalta societate franceză care trăiau în cuplu în palatele oficiale.

În aceeași perioadă, Chappe îi propune împăratului să extindă rolul telegrafului, care să transmită buletine oficiale de informații, să anunțe cursurile monetare, sosirea navelor în porturi, rezultatele Loteriei Naționale. Napoleon refuză toate acestea... cu excepția Loteriei. Și îi cere lui Chappe să deschidă două linii telegrafice suplimentare, Paris-Torino, apoi Paris-Veneția.

Împăratul era obsedat de presă și, chiar dacă aceasta era foarte controlată, tot nu avea încredere în ea; este știut, prin intermediul memoriilor unuia dintre secretarii lui, baronul Fain, că parcurgea ziarele în fiecare dimineață și îi cerea bibliotecarului său particular, Ripault, să facă o analiză a tot ce ar fi putut „să influențeze spiritul public, mai ales privind religia, filozofia și opiniile politice”. În timpul băilor, care durau foarte mult, secretarul său îi citea extrase din câte un buletin al poliției, care îi semnală articolele suspecte. De exemplu, în 1805, un buletin relatează un zvon de la Toulon despre o posibilă debarcare engleză la Lisabona; Napoleon îi scrie atunci lui Fouché: „Străduiți-vă ceva mai mult pentru a

sprijini opinia publică! Spuneți-le redactorilor că, deși mă aflu departe, citesc ziarele...”.

Pe 20 mai 1805, îi scrie din nou lui Fouché: „Am intenția ca, de acum înainte, *Journal des débats* să nu apară dacă nu a fost supus cu o zi înainte unei cenzuri. Veți numi un cenzor care să fie un om sigur, credincios și măsurat, căruia proprietarii ziarului îi vor acorda un onorariu de douăsprezece mii de franci. Doar cu această condiție voi îngădui continuarea apariției ziarului”.

Le interzice puținelor ziare autorizate să vorbească despre deplasarea trupelor sale din tabăra de la Boulogne înspre Austria; le cere să înceteze să-l mai critice pe noul împărat al Austriei, Francisc I, ca el să nu bănuiască iminența atacului. Știrile circulau încă încet: victoria fulger de la Austerlitz, din 2 decembrie același an, nu apare în *Le Moniteur* decât zece zile mai târziu. Iar la Londra, știrea este anunțată de *London Gazette* abia pe 11 ianuarie 1806.

Începînd din 1806 (și la fel cum procedase cu armata din Italia, apoi cu cea din Egipt), împăratul decide publicarea unor *Bulletins de la Grande Armée*, pe care adesea le scria el însuși și care erau inițial adresate soldaților, apoi republicate în *Le Moniteur universel*, devenit organul oficial al guvernului. Căpîi ale acestora erau lipite pe pereții clădirilor publice din toată Franța și difuzate de asemenea în biserici, în instituțiile școlare și în piețele publice. În 1807, el obligă puținelor ziare de provincie (cîte unul pentru fiecare departament) să republice extrase din *Le Moniteur universel*. În iunie 1808, Metternich scria că „pentru Napoleon, gazetele valorează cît o armată de 300 000 de oameni, care nu ar supraveghea mai bine

interiorul și ar înfricoșa mai puțin exteriorul decât o jumătate de duzină de gazetărași aflați în solda sa”.

În 1808, la Bayonne, unde îi întâlnește pe Carol al IV-lea și pe fiul său, Ferdinand al VII-lea, aflați în rivalitate pentru tronul Spaniei, împăratul anunță că a hotărât să dea tronul fratelui său Jérôme. Preocupat să evite scurgerea prea rapidă a știrilor și să apere credibilitatea falselor promisiuni făcute celor doi pretendenți, îi scrie lui Fouché: „Împiedicați ziarele să dea știri ridicole”. Iar în 1810, la fel: „Recomandați ziarelor să nu pronunțe cuvântul «Polonia» și, în general, să vorbească cât mai puțin despre treburile acelei țări”. Când *La Gazette de France* publică un articol supărător la adresa Prusiei, într-un moment în care împăratul nu dorea acest lucru, o suspendă pentru trei săptămâni. Pare de altfel că preferă să suspende un ziar, amenințând că-l suprimă „în caz de recidivă”, decât să-l interzică definitiv.

Pe 5 februarie 1810, un nou decret reiterează că „este interzisă tipărirea oricărui document care se împotrivește suveranului statului sau intereselor statului”. În luna august a aceluiași an, Napoleon declară din nou că nu mai tolerează decât un singur ziar pentru fiecare departament. Iar dacă toate interdicțiile acestea trebuiau repetate, înseamnă că nu mai erau respectate cu adevărat... Regimul se înăsprește și mai mult.

Știrile privitoare la Marea Armată, care pornise în campanie spre Rusia, ajung cu mare întârziere la Paris. Sosirea trupelor la Moscova, pe 14 septembrie 1812, este anunțată la Paris abia pe 30 septembrie în *Le Moniteur universel*. Iar știrea privind incendierea orașului, declanșată în aceeași zi de 14 septembrie și despre care Napoleon vorbea într-o scrisoare

din 16 septembrie, este publicată în *Le Moniteur* abia pe 3 octombrie.

Pe 3 decembrie 1812, cel de-al 29-lea buletin al Marii Armate arăta că doar timpul nefavorabil era responsabil pentru înfrângerea armatei în Rusia; articolul nu este reluat decât paisprezece zile mai târziu în *Le Moniteur universel*.

Despre bătălia de la Waterloo din 18 iunie 1815 se află la Londra abia pe 21 iunie, printr-o depeșă oficială a ducelui de Wellington. *The Morning Post* din 22 iunie titra: „Mari și glorioase știri. Întreaga armată a lui Bonaparte este distrusă. El a reușit să scape”.

În 1815, la Paris nu mai existau decât patru publicații (*Journal de Paris*, *Le Moniteur universel*, *La Gazette de France* și *Journal de l'Empire*), față de 70 în 1798. Căderea imperiului nu pune cenzura sub semnul îndoielii. Presa franceză se va lupta pînă în 1881 pentru a recîștiga libertatea întrezărită în perioada 1789-1792.

Sub Restaurație: „Natura presei este să nu fie altceva decât un instrument al dezordinii și nesupunerii”

În Franța, căderea lui Napoleon nu duce la eliminarea cenzorilor. Ea nu face decât să schimbe numele angajatorilor lor. O lege din 9 noiembrie 1815 confirmă neîntîrziat cenzura: „Orice persoană care ar răspîndi sau ar confirma fie semnale de alarmă privind inviolabilitatea proprietăților pe care le

numim naționale, fie zvonuri despre o așa-zisă revenire a dărilor sau drepturilor feudale, fie știri care încearcă să îi neliniștească pe cetățeni cu privire la menținerea autorității legitime și să le zdruncine devotamentul se face vinovată de un act de nesupunere”.

În decembrie 1816, contele Decazes, ministru al Poliției, prezintă un proiect de lege a presei: „Ziarele și scrierile periodice nu vor putea să apară decît cu autorizația Regelui”. Dintre cei 217 deputați, 128 votează legea. Aceasta este promulgată în ianuarie 1817. În timpul dezbaterilor, pe 29 ianuarie 1817, Pierre-Paul Royer-Collard (filozof și viitor academician), supranumit „Principele cuvîntului”, descrie ziarele ca fiind esențiale pentru „dezbateri, care sînt sufletul și viața guvernărilor constituționale”. El apără cu înverșunare libertatea presei și descrie legea ca fiind „nelegiuită și materialistă. Legea aceasta care anticipează infernul și care împlinește pe pămînt misiunea demonilor nu crede în viața de apoi”. După el, nu ziarele provoacă tulburări, ci aceia care le manipulează: „Există oare în sînul acestei națiuni partide capabile să transforme ziarele într-un instrument al discordiei și al unor noi revolte?”. El mai cere ca delictele de presă să nu mai fie judecate de tribunale corecționale, ci de curți cu juri, adică de jurii populare. Lucrurile se vor opri aici.

În martie 1819, legile lui Serre (de la numele contelui Hercule de Serre, ministrul Justiției de atunci) liberalizează teoretic presa. Autorizația prealabilă este suprimată și înlocuită prin garanții de ordin moral provenind de la doi editori și o cauțiune de 10 000 de franci: confiscarea unui ziar nu poate avea loc decît după publicarea articolului. Iar presei nu i se pot imputa decît patru tipuri de delikte: ofensă adusă

persoanei regelui, incitare publică la crime și delikte, ultraj contra bunelor moravuri sau moralei publice, defăimare și insultă politică.

Populația, chiar și cea pariziană, continuă să fie la fel de puțin informată și de expusă zvonurilor. Pe 25 august 1824, primind la Tuileries omagiul Curții și al Corpurilor constituite, Ludovic al XVIII-lea abia dacă poate articula un răspuns, frînt în două pe tron. Pentru a contracara zvonul, care se răspîndește în Paris, privind agonia lui, sînt tipărite în mai multe mii de exemplare buletine de sănătate, apoi ele sînt afișate la Primărie, distribuite în jurul palatului Tuileries și în suburbii și publicate în presa cotidiană.

Apar noi ziare. Cele mai influente sînt acum *La Gazette de France*, *La Quotidienne*, *Journal des débats*, *Le Constitutionnel*, *La Minerve libérale* al lui Benjamin Constant și *Le Conservateur* al lui Chateaubriand. Unele dintre ele devin chiar foarte bune afaceri financiare, datorită abonamentelor și publicității: rentabilitatea lui *Le Constitutionnel* atinge 27% în 1826; cea a lui *Glaneur d'Eure-et-Loir*, 55%.

În 1829, se naște *La Revue des deux Mondes* a lui Prosper Mauroy și Pierre de Ségur-Dupeyron, vîndută peste doi ani unui chimist devenit tipograf, François Buloz, care va conduce revista timp de patruzeci de ani, o va transforma în cel dintîi periodic francez de-a lungul întregului secol al XIX-lea și va obține articole semnate de Sainte-Beuve, Hugo, Sand, Vigny, Lamartine, Taine, Renan, Balzac și Dumas-tatăl.

În 1830, contele Jules de Polignac iese la rampă și își exprimă dorința ca această timidă deschidere să înceteze. El arată că „presa periodică nu a fost – și natura ei este să nu fie – altceva decît un instrument al dezordinii și nesupunerii”. La

inițiativa lui, pe 25 iulie 1830, patru ordonanțe semnate de Carol al X-lea suspendă libertatea presei, restabilesc cenzura și suprimă toate autorizațiile de publicare, cu excepția celor pentru ziarele „ultra”. Ordonanțele acestea declanșează o revoluție... Și, pentru prima dată în Franța, cum se întâmplase deja în Marea Britanie, apoi în America de Nord, un regim se prăbușește în numele libertății presei.

Presa engleză, liberă, în slujba celor bogați

Pe toată durata acestei perioade, în Marea Britanie, regula oficială era asigurarea libertății presei, dar nu era vorba decât despre o ficțiune: elitele engleze, în continuare masculine și alcătuite din proprietarii cei mai bogați, tremurau la gândul că s-ar fi putut dezvolta o presă populară, radicală din punct de vedere politic. De aceea și făceau totul pentru a o controla; nu prin cenzură, ci menținând un preț ridicat al ziarelor și al educației, astfel încât doar cei bogați să poată s-o deține și s-o citească.

În plus, pentru ca ziarele să nu se amelioreze, se făcea totul pentru a îndepărta tinerele talente de meseria de ziarist. Ziaristica nu era considerată o meserie onorabilă pentru un fiu de familie bună. O reglementare din 1807 interzicea oricărei persoane care fusese salariată a unui ziar să ocupe ulterior o profesiune din domeniul dreptului. Ba chiar se considera că era foarte degradant pentru un lord să provoace la duel un ziarist.

Presa engleză progresează totuși; în primul rînd, din punct de vedere tehnic. În 1812, un tipograf și un ceasornicar german exilați la Londra, Friedrich Koenig și Andreas Friedrich Bauer, prezintă ziarului *Times* primul model de rotativă cu abur, care permitea tipărirea mai multor sute de pagini pe oră. Revoluție majoră, pe nedrept trecută cu vederea. *Times* a fost primul ziar care a utilizat-o, încă din 1814. În 1815, *Morning Advertiser*, întemeiat cu douăzeci de ani în urmă, considerat primul mare ziar britanic al vremii, se instalează pe Fleet Street, unde se aflau deja numeroase librării create de hughenoti, cîteva ziare, precum *Daily Courant*, și editura lui John Murray. Majoritatea marilor ziare londoneze îl vor urma.

În 1819, taxele puse pe ziare cresc și se extind la toate publicațiile politice. Fără să întîmpine vreo rezistență reală decît din partea cîtorva ziariști, precum William Cobbett, în ziarul său *The Political Register*, pe care eseistul William Hazlitt avea să-l califice puțin mai tîrziu drept „a patra putere”. De altfel, expresia „a patra putere” era folosită atunci pentru prima dată cu referire la un ziarist sau la presă în general.

În 1823, tipograful Robert Bell înființează *Bell's Life in London*, primul ziar de sport; el începe prin a relata, adresîndu-se nobililor, despre cursele de cai („ziarul fără de care duminica nici unui gentleman nu este cu adevărat perfectă”).

Cînd Tocqueville se minunează, în America

În Statele Unite, în 1809, după ce se încheie mandatul lui Thomas Jefferson, James Madison vine la Casa Albă. Libertatea presei nu mai este pusă sub semnul întrebării, nici măcar atunci cînd ziarele din Noua Anglie incită deschis la revoltă. *Evening Post* publică chiar, fără nici o sancțiune, un editorial semnat de un „fermier din Noua Anglie”, care era împotriva războiului cu englezii și a lui Madison.

Presa, care servise atît de mult la cucerirea independenței, continua să le slujească negustorilor, cum o făcea de un secol, pentru a afla înaintea concurenței știrile din Europa; în special, pentru a stabili prețurile produselor în propriul avantaj. Iar în acest scop era important să afle unele lucruri înaintea celorlalți. Cît mai rapid.

În 1812, la Boston, Henry Blake și Samuel Topliff trimit oameni în portul orașului pentru a strînge informații despre situația din Europa de la călătorii și căpitanii navelor abia sosite; ei instalează apoi un telegraf optic, care trimite informațiile culese, în special privind prețurile europene ale mărfurilor, către comercianții din oraș care se angajaseră să plătească un abonament.

Pentru a cîștiga și mai mult timp, Arthur Tappan și Samuel Morse, care creaseră *Journal of Commerce*, recepționează și ei, în 1824, ziarele venite din Europa cu diverse nave, trimițînd în întîmpinarea lor o goeletă cu două catarge.

În 1827, un preot episcopal afro-american creează la New York primul ziar afro-american, *Freedom's Journal*.

Poșta americană este mai înfloritoare ca oricînd. Ea unifică țara și înaintează în ritmul cuceririi Vestului. În 1828, Statele

Unite numărau 74 de oficii poștale pentru 100 000 de locuitori, față de 17 în Anglia și 4 în Franța. Majoritatea expedierilor poștale conțineau ziare.

În decembrie 1830, Alexis de Tocqueville (aflat în misiune pentru a studia sistemul penitenciar american) este impresionat de viteza cu care scrisorile și ziarele ajung în regiunile cele mai îndepărtate din Kentucky și Tennessee. Este mai ales uluit să constate că nici un american nu era lipsit de știri, nici despre evenimentele politice, nici despre curentele de gândire. El mai explică abundența ziarelor prin descentralizarea guvernului, care manifesta interes pentru afacerile locale, dar și prin lipsa de rădăcini locale a americanilor, ceea ce îi determina, din dorința de a aparține unui grup, să înființeze asociații care, la rîndul lor, înființau ziare. Cîteva luni mai târziu, el povestește despre un pionier întîlnit în Michigan, într-o cabană izolată: „Un om foarte civilizat, care, pentru un timp, se hotărăște să trăiască în adîncul pădurii și care se afundă în pustiurile Lumii Noi înarmat cu o Biblie, un topor și niște ziare [...]. Este greu de imaginat viteza incredibilă cu care circulă gândirea în interiorul acestor pustiuri”. Și adaugă: „Nu cred că în cantoanele cele mai populate și cele mai luminate ale Franței ar fi posibilă o atît de mare mișcare intelectuală”.

Tocqueville consideră așadar că în asta constă întreaga rămînere în urmă a Franței: în lipsa unei modalități economice de a difuza ziarele cu costuri mici, Franța va înregistra o rămînere în urmă a tuturor evoluțiilor intelectuale, economice, științifice și politice. De fapt, nici un francez, cu excepția celor din clasele conducătoare, nu este îndemnat să învețe să citească, să se cultive, să descopere

tehnologiile și industria, valorile și libertățile. Până și Marea Britanie, care își păstra atunci avansul economic, va plăti în curînd foarte scump refuzul de a înlesni pătrunderea presei în sînul claselor populare.

Și în restul lumii

În Africa de Sud, în 1800, doi negustori de sclavi, Alexander Walker și John Robertson, înființează *Cape Town Gazette and African Advertiser*. Ca să nu îi scape controlul asupra informației, guvernul colonial cumpără imediat acest ziar și îl transformă în ziarul său oficial, în engleză și neerlandeză. Apoi apar *South African Commercial Advertiser*, în 1824, *South African Journal*, în același an, *The New Organ*, în 1826, *The Colonist*, în 1827...

În India, pe 30 mai 1826, avocatul Jugal Kishore Shukla înființează, la Calcutta, primul ziar al țării scris în hindi, un săptămînal, *Udant Martand* (Soare-Răsare). Ziarul se încheie curînd, dar data de 30 mai este și astăzi sărbătorită ca „Hindi Journalism Day”. Între 1827 și 1835, apar în Bengal alte șaisprezece ziare în limba hindi.

În China, începînd din 1815, un misionar american, Robert Morrison, publică la Malacca *China Monthly Magazine*. În 1827 apare *Canton Register*, urmat în 1835 de *Canton Press*. Toate sînt scrise în engleză. Încă nimic în chineză.

În Egipt, în 1828, Mehmet Ali (guvernator otoman originar din Macedonia, care domnește cu mînă de fier din 1805) hotărăște crearea ziarului *al-Waqā'i' al-Mișriyyah* (*Afacerile egiptene*), care devine ziarul oficial al Egiptului; articolele sînt scrise în turcă pe o coloană și în arabă pe alta.

La Istanbul, primele ziare erau scrise în franceză. Mai întîi, în 1810, un bilunar *Bulletin de nouvelles*, publicat de francezi, rebotezat *Gazette française de Constantinople*, apoi *Mercure oriental*. În 1824, ziaristul francez Alexandre Blacque înființează la Smyrna, tot în franceză, un ziar politic, comercial și literar: *Courrier de Smyrne*, bisăptămînal. Apoi, în 1831, publică la Istanbul *Le Moniteur ottoman*, săptămînal scris tot în franceză, finanțat de sultanul Mahmud al II-lea. La cîteva luni după crearea sa, guvernul ordonă publicarea unei versiuni în limba turcă. Acesta este primul ziar scris în întregime în limba națională. Publicat timp de nouă ani, era citit de intelectuali, înalți funcționari și oameni de afaceri din capitală.

1. „The freedom of the Press is one of the greatest bulwarks of liberty, and can never be restrained but by despotic Governments”, articolul XII, 12 iunie 1776, *The Virginia Declaration of Rights* (n. tr.).
2. Este vorba despre Articolul I, care enumeră puterile delegate Congresului. A se vedea Secțiunea 8, clauza 7, cunoscută sub numele de „Postal Clause” sau „Postal Power”, care împuternicește Congresul „to establish Post Offices and Post Roads” (n. tr.).
3. Este vorba despre Amendamentul I, care proclamă libertatea fundamentală a religiei, cuvîntului, presei, dreptul la adunări și la trimiterea de petiții: „Congress shall make no law respecting an establishment of religion, or prohibiting the free exercise thereof; or abridging the freedom of speech, or of the press; or the right of the people peaceably to assemble, and to petition the government for a redress of grievances” (n. tr.).
4. Este vorba despre articolul 11 al Declarației drepturilor omului și ale cetățeanului din 26 august 1789: „La libre communication des pensées et des

opinions est un des droits les plus précieux de l'homme: tout citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l'abus de cette liberté dans les cas déterminés par la loi” (n. tr.).

5. Jean-Joseph Marcel a fost nu doar tipograf, inginer și orientalist, participant, ca interpret, la expediția din Egipt, ci și lingvist: se consideră că el a descoperit că al doilea text de pe piatra din Rosetta nu era scris în limba siriacă, așa cum se crezuse inițial, ci în egipteana demotică (n. tr.).
6. Piatra din orașul egiptean Rosetta este un fragment de stelă (datînd din 196 î.e.n.) inscripționat cu trei versiuni ale unuia și aceluiași text, un decret ptolemeic, scris în două limbi (egipteana și greaca veche) și trei scrieri (egipteană hieroglifică, egipteană demotică și alfabetul grec). Astfel a fost posibilă descifrarea hieroglifelor, abia la începutul secolului al XIX-lea, de către egiptologul francez Jean-François Champollion (n. tr.).
7. A patra lună din calendarul republican francez și prima dintre lunile de iarnă. *Nivôse*, perioada ninsorilor, provine din latinescul *nivosus* (n. tr.).

Capitolul 7

A ști totul, înaintea celorlalți

1830-1871

Deși, de mii de ani, nimic nu se schimbase în modul în care popoarele erau informate, cu excepția apariției tiparului în urmă cu patru secole, iar populația continua să primească mai ales informațiile pe care stăpînii săi consimțeau să le transmită, iată că, după patruzeci de ani de răsturnări politice vin patruzeci de ani de progrese tehnice (nava cu aburi, trenul, telegraful electric, fotografia, telefonul), care aveau să revoluționeze modul de transmitere a știrilor. Unele dintre aceste inovații veneau din Franța, care nu le putea utiliza, întruît cenzura politică interzicea folosirea lor în spațiul privat. Prin urmare, cele mai multe se vor dezvolta în Marea Britanie și în Statele Unite.

În aceste momente de început ale fazei industriale a economiei de piață, devine evident că o informație economică avea valoare mai ales dacă erai primul care o deținea sau, în orice caz, dacă dispuneai de ea în timp util. Ceea ce am văzut că s-a petrecut la Boston în 1812 devine o necesitate pentru

toți industriașii și afaceriștii din lume. Urmează obsesia: să afli totul înaintea celorlalți. Nu numai din punct de vedere militar și politic, ci și, de acum înainte, mai ales din punct de vedere industrial.

Totul începe în Statele Unite și în Marea Britanie, pe atunci principalele două puteri industriale, unde o parte din populație se bucura și de avantajele democrației. Apoi, mai timid, procesul continuă și în alte părți.

În Statele Unite mai întâi, cei cu pielea albă erau, încă de la nașterea națiunii lor, hotărâți să întemeieze unitatea națională pe transmiterea și punerea în comun a cunoștințelor și a informațiilor, ceea ce reprezenta și o sursă de profituri.

În Marea Britanie apoi și ulterior în alte părți ale Europei, nobilimea atotputernică nu îi poate împiedica pe negustori și pe cei din clasele de mijloc să se informeze; și ea înțelesese că presa reprezenta o formidabilă sursă de profituri. Împărțite între secretul care le consolida puterea și difuzarea masivă care le sporea averea, clasele conducătoare anglo-saxone nu ezită mult timp. Aleg averea.

Dezvoltarea presei întărește democrația, dar nu cu temeinicie: cum am văzut în Franța în 1792, deși democrația (chiar dacă încă rezervată celor puțini) face posibilă existența unei prese puțin mai libere, nici libertatea presei, nici noile tehnologii nu sînt suficiente pentru a frîna ascensiunea unei dictaturi. În curînd se va vedea că acestea pot chiar contribui la dezvoltarea ei.

Transportarea cuvintelor, mult mai rapid

Două inovații vor accelera considerabil viteza de transmitere a informațiilor și de difuzare a ziarelor, care rămăsese practic neschimbată. Bineînțeles că aceste inovații au fost cel mai bine utilizate în țările în care presa se bucura de cel mai înalt grad de libertate. În primul rând, în Statele Unite: locomotiva și telegraful electric.

Dacă în Marea Britanie apăruse, în urmă cu douăzeci și cinci de ani, prima locomotivă ce putea fi utilizată, în schimb, căile ferate se dezvoltă cel mai rapid în Statele Unite; în 1838, ele devin căi poștale oficiale, cu vagoane care vor fi în scurt timp utilizate exclusiv pentru trierea și transportarea depeșelor. Anul următor, în 1839, în Anglia apare primul vagon poștal. Poșta putea fi transportată acum mult mai rapid decât cu calul.

În același an, doi britanici, William Fothergill Cooke și Charles Wheatstone, obțin brevetul pentru un sistem de telegraf electric care funcționa prin intermediul cablurilor îngropate; ei îl experimentează pe distanța dintre Londra și Birmingham. Utilizarea lui va începe însă în Statele Unite: tot în 1838, un profesor de pictură și sculptură din New York, Samuel Morse, inventează (dacă nu cumva a făcut-o asistentul său Alfred Vail) și brevetează, doi ani mai târziu, în nume propriu, un sistem de transmisie electrică, care utiliza un cod cu puncte și linii. Peste doar șase ani, acesta va fi utilizat de companii private americane, mai întâi între Washington și New York, pe rețele puse la dispoziția publicului, apoi în toată țara; guvernul federal avea doar un drept de folosință, și nu monopolul.

În acest timp, în Franța, o escrocherie discreditează telegraful lui Chappe; într-o perioadă în care erau încă necesare trei zile pentru ca informația să parcurgă distanța dintre Paris și Bordeaux cu poștalionul, față de trei ore cu telegraful Chappe, doi frați, Joseph și François Blanc, onorabili bancheri bordelezi, îl corup pe funcționarul care gestiona un releu Chappe la Tours, convingându-l să înlocuiască termenul „scădere” cu cel de „creștere” și invers în mesajele privind evoluția prețului rentei de 3%. Ei câștigă astfel o avere, pînă ce, în 1836, funcționarul din Tours se îmbolnăvește, iar înlocuitorul său îi denunță la poliție.

Tot în Franța, abia în august 1842 trenul începe să transporte poșta cu aceleași garnituri care duceau și călători, mai întâi între Strasbourg și Basel; și abia în august 1845 primul vagon poștal devine funcțional între Paris și Rouen. În același an, publicația engleză *Shipping and Mercantile Gazette* consemna, referindu-se la tren, „marea importanță comercială a acestei modalități de comunicare”.

În acest timp, în Statele Unite, firme private precum New York and Mississippi Valley Printing Telegraph Company și New York and Western Union Telegraph Company încep să utilizeze telegraful lui Morse. Mai întâi între Baltimore și Washington. Apoi pe întreg teritoriul Statelor Unite, odată cu cucerirea sa și cu dezvoltarea rețelelor de cale ferată.

În 1846, în timpul războiului americano-mexican, niște întreprinzători au ideea de a asocia calul, telegraful și trenul pentru transportarea informațiilor: Samuel Morse, Gerard Hallock (proprietar al *Journal of Commerce*) și James Watson Webb (proprietar al *Courier and Enquirer*) se asociază pentru a finanța ceea ce ei numeau „Pony Express”: călăreți care se

schimbau regulat, mergînd din New Orleans (unde culegeau știri despre războiul din Texas) pînă în Carolina de Nord, pe atunci terminusul trenului și telegrafului, de unde știrile erau apoi telegrafiate spre orașele din est, prin cabluri trase de-a lungul căilor ferate. Încă un câștig de timp.

În Statele Unite, apoi în Marea Britanie, ziariștii încep și ei să folosească direct telegraful lui Morse, mai întîi pentru a se informa despre cursurile de la Bursă și prognozele meteo, apoi pentru a primi informații de la corespondenții lor.

În ianuarie 1847, Bremen este primul oraș din Europa continentală care autorizează folosirea telegrafului electric pentru trimiterea depeșelor private, în special a celor ale armatorilor. În Franța, nici vorbă ca statul să renunțe la monopolul asupra acestei tehnologii, tot așa cum îl deținuse asupra tuturor celorlalte: cînd a fost pus în funcțiune, în 1847, telegraful electric se afla, ca și cel al lui Chappe, sub responsabilitatea ministrului Afacerilor Interne și era autorizat să transmită doar depeșe oficiale. În același an, un anume Oscar de La Fayette invocă exemplul Bremenului pentru a cere guvernului ca telegraful să fie pus la dispoziția întreprinderilor, ziarelor și persoanelor particulare. Contele Duchâtel, ultimul ministru al Afacerilor Interne al lui Guizot și Ludovic-Filip, îi răspunde: „Telegraful trebuie să fie un instrument politic, și nu un instrument comercial”.

În 1856, New York and Mississippi Valley Printing Telegraph Company și New York and Western Union Telegraph Company fuzionează pentru a forma Western Union, care încheie, în 1861, instalarea de-a lungul liniilor de cale ferată a primei linii telegrafice transcontinentale. Apoi, în 1866, un cablu submarin leagă New York de Anglia.

Telegraful devine astfel primul mijloc de comunicare din Statele Unite; președintele Lincoln petrece ore în șir pentru a corespunde cu generalii săi din biroul telegrafului de la War Department. În 1871, Western Union creează un serviciu de transfer de bani prin intermediul rețelei sale telegrafice.

A tipări, mult mai rapid: rotativele

Revoluție în viteza de tipărire a ziarelor: în 1846, la New York, Richard Hoe construiește o primă mașină cilindrică de tipărit operațională, după principiul rotativelor inventate la începutul secolului. În 1847, francezul Hippolyte Marinoni dezvoltă și el o rotativă cu doi cilindri. Americanul Richard Hoe răspunde cu o rotativă cu șase cilindri, apoi cu zece cilindri.

În jurul anului 1850, fotogravura chimică permite o diversificare a modalităților de tipărire de mare tiraj; în 1851, galvanoplastia (tehnică electrolitică folosită de bijutieri) permite reproducerea de pagini întregi și fabricarea de matrițe pentru turnarea caracterelor de tipar.

În 1860 sînt realizate în Statele Unite și în Franța rotative care foloseau rulouri de hîrtie. Tehnica aceasta permitea tipărirea a 12 000 pînă la 18 000 de exemplare pe oră; în același an, Richard Hoe construiește „Lightning Presses”, rotative care produceau 20 000 de exemplare pe oră.

În 1865, substituirea hîrtiei din lemn cu hîrtia din cîrpe reduce și mai mult costul tiparului și accelerează scăderea

prețului de cost al ziarelor. Ele devin afaceri extrem de rentabile. Și își pot permite să scadă prețul de vânzare.

Pentru văz, în fine!

O altă inovație va da o cu totul altă dimensiune presei, permițându-i să relateze evenimentele prin imagini, și nu numai prin text. Și în acest caz, deși inovația vine din Europa, ea va fi mai întâi exploatată industrial în Statele Unite.

Totul începe prin pictură, care oferă vederii tuturor, în nou createle muzee, evenimente recente: *Radeau de la Méduse*¹, pictat de Géricault și expus în 1819, la trei ani după naufragiu. Apoi *Scènes des massacres de Scio*², tablou pictat de Delacroix și expus în 1824, la doi ani după evenimentele din Grecia.

Tot în 1824, în Franța, apare fotografia: Joseph Nicéphore Niépce pune la punct un prim procedeu cu ajutorul unei plăci din cositor, acoperită cu bitum de Iudeea; erau necesare mai multe zile de expunere. După treisprezece ani, tot în Franța, Louis Daguerre reduce timpul de expunere la mai puțin de o oră. În 1843, *L'Illustration*, primul săptămânal ilustrat francez, recent creat, publica o gravură pe lemn, realizată după un dagherotip, care înfățișa tulburările politice din Mexic.

În 1847, nepotul lui Nicéphore Niépce, Abel Niépce de Saint-Victor, înlocuiește hîrtia cu o placă din sticlă, obținînd astfel imagini mult mai precise. Fotografia este mai întâi utilizată ca model pentru desenatori, care o copiază, și adesea se putea citi sub ilustrații „după fotografie”. Pe 1 iulie 1848,

L'Illustration publică o gravură care reproduce o fotografie a baricadelor din Paris, în timpul Insurecției din Iunie.

În 1853, în timpul Războiului Crimeii, un trimis al guvernului britanic, Roger Fenton, devine primul fotograf de război. În 1869, la Agen, Louis Ducos du Hauron suprapune trei imagini făcute cu filtre roșu, galben și albastru și inventează fotografia în culori.

Informarea celor care informează: agențiile de presă

Obținerea informațiilor cât mai rapid posibil capătă o importanță crucială pentru ziare. Și cum nu toate pot dispune de corespondenți pentru a le strînge în direct, apelează la întreprinderi a căror meserie consta tocmai în colectarea informațiilor pentru a le vinde apoi: agențiile de presă.

Ele încep să funcționeze în Franța, apoi în Statele Unite, în Anglia, în Germania și în Italia.

În 1825, Charles Havas la Paris și Édouard Singer la Strasbourg creează fiecare câte o societate care traducea presa franceză în mai multe limbi și vindea apoi articolele unor ziare și unor diplomați străini. Havas era un personaj extraordinar, care cunoștea multe dintre familiile domnitoare din Europa și vorbea mai multe limbi, pentru că trăise în Portugalia și făcuse comerț pe toate piețele.

În decembrie 1830, la Paris, ziaristul Jacques Bresson creează un efemer „Oficiu al Corespondenței”, agenție care

colecta cursurile Bursei, știrile naționale și internaționale, pentru a le vinde unor ziare din provincie și din străinătate. Vigilentă, cenzura veghează și pune capăt afacerii sale.

În 1838, datorită sprijinului din partea ministrului Afacerilor Interne, Camille de Montalivet, Charles Havas obține de la stat dreptul de a-și transforma Biroul de Traduceri în „Birou de Știri” și, mai ales, obține acces prioritar la știrile de stat. Încă un monopol, privat de astă dată. El transmite aceste știri, însoțite de traduceri de presă, sub numele *Correspondance générale*, mai întâi prin poștă, ziarelor abonate. Pentru a primi știri din Anglia, folosește mai întâi porumbei călători. Apoi, în 1844, utilizează telegraful Chappe (care dispunea pe atunci de 534 de stații și 5 000 de kilometri de rețea) și, în 1849, telegraful electric. Și cum ziarele nu aveau întotdeauna capacitatea de a-i plăti cu bani, el cere să fie plătit în pagini albe, pe care le umple cu publicitate și o revinde unor întreprinderi sau bănci.

Același proces are loc în Statele Unite, dar imitat de presă: în 1846, la New York, șase ziare (*The Sun*, *The New York Herald*, *The New York Tribune*, *The Express*, *Courier and Enquirer*, *The Journal of Commerce*), printre care cele trei ce înființaseră de curînd Pony Express, creează o agenție, Associated Press, pentru a obține știri despre războiul care tocmai începuse împotriva Mexicului. În 1848, cele șase ziare cumpără împreună o navă (de astă dată nu una cu pînze, ca în 1824, ci cu aburi), *Buena Vista*, pentru a intercepta și mai rapid știrile din Europa, la Halifax, apoi pentru a ajunge și mai repede înapoi la Boston și a le telegrafia redacțiilor lor din New York, ceea ce le făcea să cîștige o zi față de celelalte ziare.

În 1849, în Germania (unde Carl Bertelsmann tocmai își înființase propria editură de texte religioase), Bernhard Wolff (al cărui ziar, *Berliner National-Zeitung*, era pe atunci cotidianul cel mai citit din Berlin, unde totul continua să fie supus unei cenzuri foarte stricte) creează Agenția Continentală, pentru a transmite altor ziare, care nu se aflau în concurență cu ziarul lui, informații legate de Bursă. El este primul care utilizează în acest scop telegraful electric. În 1855, începe să difuzeze și abonaților săi știri de politică internațională, care proveneau mai ales din Europa de Est.

În 1851, la Londra, Israel Beer Josaphat, devenit Julius Reuter, lansează la rîndul său agenția Reuters pentru a vinde ziarelor britanice informații despre cursurile Bursei și prețurile materiilor prime; mai întîi utilizează porumbei călători, apoi primul cablu telegrafic submarin care lega Dover de Calais.

În 1853, Guglielmo Stefani, ziarist mult timp întemnițat de către trupele austriece pentru că luase parte la insurecția venețiană, întemeiază la rîndul său, la Milano, o agenție, în legătură directă cu Havas pentru știrile străine.

În același an, Louis Hachette, librar cu o vechime de douăzeci și cinci de ani, deschide, urmînd modelul londonez al lui Smith, cele dintîi puncte de vânzare de ziare și cărți în proximitatea primelor gări; în același timp, creează un serviciu de mesagerie de presă privat. Obține rapid dreptul de monopol. Pentru că, în Franța, nimic nu putea reuși fără un monopol...

În 1858, *Times* se abonează la serviciul lui Reuter, care obține pe 10 ianuarie 1859 primul său scoop politic publicînd un discurs bătaios al regelui Piemontului-Sardiniei, discurs ce

duce la declanșarea războiului franco-austriac și la independența italiană.

În 1864, Sinclair Tousey creează American News Company, o întreprindere de difuzare a ziarelor și revistelor, care va deveni, peste un secol, cea mai mare întreprindere de difuzare a cărților din lume. După care va dispărea brusc.

În 1865, Bismarck preia controlul Agenției Continentale a lui Wolff și păstrează monopolul pe care aceasta îl deținea.

În 1869, Havas, Reuters și Agenția Continentală, cărora li se alătură în scurt timp Associated Press, se unesc pentru a crea un cartel de agenții care pun în comun știrile lor internaționale, împărțindu-și zonele de difuzare.

În 1875, Havas începe să folosească telegraful nu doar pentru a colecta informații, ci și pentru a le difuza abonaților săi; în acest scop, adaugă la livrarea zilnică a ceea ce el numește *Correspondance générale* un serviciu telegrafic de depeșe, mai întâi pentru câteva ziare de provincie, printre care *Le Progrès* din Lyon și *La Gironde* din Bordeaux. Apoi pentru toți clienții săi.

În Statele Unite, primele *penny papers*

Încă de la începutul anilor 1830, întreaga lume admira dezvoltarea presei americane; scriitorul britanic Richard Cobden considera chiar că existau de șase ori mai multe ziare în Statele Unite decât în Marea Britanie. (În realitate, în Statele Unite existau pe atunci de trei ori mai multe ziare decât în Marea Britanie.)

Scăderea costurilor de tipar și de difuzare (ziarele erau vândute pe stradă de *newsboys*), lipsa impozitelor și dezvoltarea publicității permiteau întreprinderilor de presă să reducă prețul de vânzare mediu al cotidienele de la șase penny la un penny. Profitul creștea proporțional cu numărul cititorilor.

Aceste cotidiene vor fi numite *penny papers*. Ziaristica americană înregistrează astfel o transformare. Ele puteau fi recunoscute după formatul lor mic (nu era nevoie să fie despăturite pe o masă; puteau fi citite din mers). Erau ziare de divertisment, care nu publicau decât informații de primă importanță, formulate pe înțelesul tuturor. Și, mai ales, povestiri ieșite din comun, crime și scandaluri.

Primul dintre aceste *penny papers* este *The Sun*, creat în 1833 la New York de tânărul tipograf Benjamin H. Day, care vindea distribuitorilor un pachet de 100 de exemplare cu 67 de cenți. Doi ani mai târziu, James Gordon Bennett creează, într-un subsol, *New York Herald*, cu 500 de dolari: ziarul conținea mai ales ecouri confidentiale și fapte diverse, cu ajutorul unor corespondenți în Europa. Urmează *The Pennsylvania Packet and Daily Advertiser*, care consacra peste 60% din paginile sale publicității. O afacere foarte rentabilă.

Apar în presă primele semne a ceea ce va fi, peste treizeci de ani, Războiul de Secesiune: în 1831, William Garrison întemeiază la New York săptămânalul *The Liberator*, care se pronunța împotriva sclaviei și, concomitent, pentru drepturile femeilor. Era tipărit în numai 3 000 de exemplare, dar în mediile aboliționiste americane era considerat drept cel mai influent ziar. În aceeași perioadă, William Cullen Bryant, redactor-șef la *New York Evening Post*, susținea un punct de

vedere abolitionist. În 1841, unul dintre redactorii de la *Herald*, Horace Greeley, părăsește ziarul pentru a întemeia *New York Tribune* și a se pronunța mai mult asupra chestiunilor politice și a luptei împotriva sclaviei. Invers, statele din Sud interzic difuzarea oricărui ziar care s-ar fi hazardat să critice sclavia.

În 1850, în Statele Unite existau 254 de cotidiene, față de 24 în 1820; ele erau prezente mai ales în orașele mari, precum Chicago, Saint Louis, San Francisco și New York. Publicau cu precădere informațiile locale culese de propriii ziariști și preluau informațiile naționale și internaționale care le erau vândute de Associated Press.

În 1851, un ziarist provenit de la *New York Tribune*, Henry Jarvis Raymond, care dorea să se distanțeze de *penny press*, lansează un nou ziar, *New York Times*, orientat spre critica literară.

În 1860, Mathew B. Brady (fotograf oficial al americanilor bogați și, la Paris, al lui Victor Hugo sau Alphonse de Lamartine) îl fotografiază pe Abraham Lincoln în timpul campaniei sale electorale, iar acesta va declara după victoria sa din 6 noiembrie 1860: „Brady m-a făcut președinte al Statelor Unite”. Cea dintâi recunoaștere a influenței fotografiei de presă într-o campanie prezidențială.

În decembrie 1860, Lincoln, proaspăt ales, își centrează discursul de inaugurare pe abolirea sclaviei. Carolina de Sud părăsește atunci Uniunea, urmată de Mississippi, Florida, Alabama, Louisiana, Georgia și Texas. Pe 4 februarie 1861, statele din Sud intră în secesiune și formează Statele Confederate ale Americii, prezidate de Jefferson Davis, eroul războiului împotriva Mexicului.

Războiul dintre Nord și Sud începe pe 2 aprilie 1861 prin bombardarea de către forțele confederate a unei instalații militare a Uniunii, în Carolina de Sud. Pe atunci existau 70 de cotidiene în Sud, dintr-un total de 387 în toată țara. Mai puțin de 10% dintre tipografiile țării se aflau în Sud. Aproape toate orașele din Virginia posedau un ziar, dintre care 5 funcționau în Richmond (*Enquirer*, *Richmond Daily Whig*, *Dispatch*, *Examiner*, *Sentinel*); doar *Richmond Daily Whig* se opunea secesiunii Virginiei. *Enquirer* era din ce mai violent, chiar și la adresa președintelui Davis, pe care-l considera prea apatic.

În Nord, tirajele ziarelor au explodat. Bătăliile le ofereau corespondenților de război un extraordinar câmp de informare, pentru texte scurte și spectaculoase trimise prin telegraf. Pe 3 aprilie 1861, *New York Herald* al lui Horace Greeley tipărește 135 000 de exemplare, adică aproape echivalentul întregului tiraj al tuturor cotidienele din Sud. *New York Tribune* depășește 200 000 de exemplare. Brady organizează, pentru *New York Times*, o echipă de fotografi (supranumiți de către soldați *whatizzit*, „ce e asta”), care urmează armata federală pe câmpurile de luptă și, în 1862, fotografiază cadavrele de pe câmpul de bătălie de la Antietam, oferind, spunea el, „întregii țări dovada înspăimântătoare a realității acestui război”.

Pe 22 septembrie 1862, Lincoln proclamă abolirea sclaviei și emanciparea sclavilor din Sud. În iulie 1863, când Nordul învinge în bătălia de la Gettysburg, iar armata Sudului începe să se retragă, *Examiner* din Richmond scria: „Armata noastră este în continuare victorioasă”. Iar ziarele din Sud continuă să susțină, mai multe zile la rând, că nimeni nu câștigase acea bătălie.

Pe 9 aprilie 1865, după înfrîngerea de la Appomattox, în Virginia, generalul Lee capitulează. În acel moment nu mai existau decît 17 ziare în statul Virginia, față de 120 în 1861.

Peste mai puțin de o săptămînă, pe 14 aprilie 1865, în timpul reprezentației cu *The American Cousin* la Ford's Theater din Washington, Lincoln este împușcat la ora 22:30. Un ziarist de la Associated Press, Lawrence Gobright, care nu asistase la crimă, ajunge la teatru cîteva minute mai tîrziu. Se năpustește în biroul agenției pentru a redacta o depeșă, pe care agenția o trimite către toate ziarele din țară. Unele dintre ele (*Daily State Sentinel* din Indiana, *New York Times*, *New York Tribune*...) o publică fără nici o modificare. *Evening Star* titrează „Assassination of the President” și scrie: „După ce a fost împușcat, Președintele a intrat în stare de inconștiență și este pe moarte”. *New York Times* consacră evenimentului prima pagină a numărului său din 16 aprilie, sub titlul „Marea noastră pierdere”.

În 1867, în *New York Herald*, Joseph Burbridge McCullagh îi intervieva pe șeful Bisericii Mormone și pe proprietăreasa unui bordel în legătură cu uciderea unei prostituate. Acestea sînt primele *interviews* luate pentru un ziar. În 1869, termenul este introdus în *Oxford English Dictionary*, unde este descris în mod explicit ca fiind o invenție americană.

În Marea Britanie, presa devine o afacere bănoasă pentru cei bogați și continuă să fie doar un divertisment pentru ceilalți

În 1830, în Marea Britanie, unde cei bogați făceau tot ce le stătea în putință ca să păstreze doar pentru ei monopolul informației, ziarele continuau să se vîndă în medie foarte scump, iar jumătate din venituri serveau la plata taxelor. *Poor Man's Guardian* din Manchester declanșează o campanie împotriva acestor taxe, explicînd că, dacă ele ar fi fost suprimate, ziarele s-ar fi putut vinde cu un penny.

Începînd din 1833, ziarul are cîștig de cauză: taxa pe publicitate, apoi taxa de timbru și taxa pe hîrtie sînt reduse la jumătate. Pe de altă parte, veniturile din publicitate cresc. Ziarele devin tot mai rentabile. Multe săptămînale își încearcă atunci norocul devenind cotidiene.

În 1842, Herbert Ingram înființează *Illustrated London News*, primul săptămînal ilustrat din lume: 16 pagini cu 32 de xilografuri; primul număr relatează despre un bal mascat de la curtea reginei Victoria, îi prezintă pe candidații la alegerile prezidențiale americane, informează despre războiul din Afganistan, propune critici ale unor spectacole de teatru și ale unor cărți, publică anunțuri de deces, nașteri și căsătorii; în paginile lui semnează scriitori precum Richard Garnett și Robert Louis Stevenson și artiști precum Edward Duncan.

În 1850, printre alte ziare lansate la Londra de refugiații de pe continentul european după eșecul revoluțiilor de la 1848, un anume Karl Marx își resuscită revista lunară *Neue Rheinische Zeitung*; ea nu va număra decît șase apariții.

În 1855, *Stamp Act* este suprimat definitiv; cei puternici, care dețineau ziarele, nu se neliniștesc: muncitorii puteau citi de acum înainte ziare de senzație, lipsite de orice reflecție politică, dar nu puteau pătrunde deocamdată în marile universități și cu atât mai puțin în cluburi și în marile familii.

În același an, scriitorul Arthur Sleight creează *Daily Telegraph* și îl vinde peste un an editorului Joseph Levy, care îl transformă într-un organ al clasei de mijloc și în primul *penny paper* britanic, la douăzeci de ani după primul *penny paper* american. *Daily Telegraph* va atinge cel mai mare tiraj din toată presa britanică și va ajunge să fie invocat într-un roman al lui Jules Verne, *Michel Strogoff*, publicat în 1876.

În 1869 este lansat *Western Mail*, la Cardiff, de către John Crichton-Stuart, marchiz de Bute, primul *penny paper* din Țara Galilor.

În coloniile engleze, aproape toate ziarele continuă să fie publicate în engleză

În 1859, în Nigeria, la Abeokuta, este creat, sub conducerea reverendului Henry Townsend și a Church Missionary Society, primul ziar din țară (care este și primul din Africa publicat parțial în limba autohtonă): *The News Report for the Egba and Yoruba People*. Apare în limba engleză, o dată la două săptămîni, cu cîteva rare articole traduse în yoruba; conține mai ales informații privind sosirile și plecările clericilor, hirotonisirile, activitățile Bisericii... În 1860, începe să

difuzeze informații din orașul unde este tipărit și despre cotațiile boabelor de cacao și ale bumbacului. Are un tiraj de 3 000 de exemplare. Sediul ziarului este distrus în 1867, când europenii sînt alungați din oraș.

În India, ziarele de limbă engleză se înmulțesc (printre acestea, *The Times of India*, creat în 1838). În 1854, *Samachar Sudhavarshan* este primul cotidian în limba hindi. Apoi apar alte cîteva. Revolta din 1857 este susținută de două ziare scrise în hindi (*Payam-e-Azadi* și *Samachar Sudhavarshan*). În replică, *Gagging Act* cenzurează nemilos presa hindi.

În China, prima revistă scrisă în engleză și, parțial, în mandarină, *Eastern Western*, este publicată la Hong Kong, între 1833 și 1838. Urmează *China Serial*, tot la Hong Kong, între 1853 și 1856.

Presa franceză: corupție și îmbogățire

Începînd din 1830, presa franceză se eliberează oarecum de cenzură; unii cred că ea va recupera rămînerea în urmă față de omoloagele americană și engleză. Nu va fi așa: ziarele vor continua să fie încă mult timp prea costisitoare; un abonament anual la un cotidian depășea salariul lunar mediu al unui muncitor parizian. Ziarele nu vor putea supraviețui decît cu ajutorul statului și al corupției...

În 1831, un tînăr ziarist, Émile de Girardin, lansează *Journal des connaissances utiles*, săptămînal cu un succes imediat: 130 000 de exemplare. Dar efemer. În 1832 apar mai

multe ziare catolice, precum *L'Univers* al abatelui Migne, și un mare număr de publicații fourieriste, precum *La Démocratie pacifique* a lui Victor Considérant. Cu tiraje mici, prețuri exorbitante și foarte puțini cititori.

Unele ziare devin afaceri foarte rentabile. În 1833, din 66 de societăți în comandită inaugurate la Paris, 33 erau societăți de presă. Veniturile lor nu proveneau în principal din vânzări, ci din publicitate, mai ales din piața lucrativă a anunțurilor juridice și a publicității bancare... Și din corupția aferentă, când băncile le plăteau pentru a dezinforma și a manipula cursurile.

Pe 1 iulie 1836, Émile de Girardin lansează *La Presse*, cotidian de actualități politice, agricole, comerciale și industriale, încercând mai ales să obțină venituri din publicitate, după modelul american: „În Franța, industria ziaristicii este clădită pe o bază esențialmente falsă, adică mai mult pe abonamente decât pe anunțuri. Inversul ar fi de dorit”. El este primul care are ideea de a publica foiletoane: *La Comtesse de Salisbury* de Alexandre Dumas, *La vieille fille* de Balzac. *Journal des débats* reia apoi ideea cu *Les Mystères de Paris* de Eugène Sue, despre care Théophile Gautier avea să spună: „Toată lumea a devorat *Les Mystères de Paris*, chiar și cei care nu știu să citească: aceștia roagă pe câte un portar instruit și binevoitor să le recite textul”. În același an, Moïse Polydore Millaud lansează *Le Gamin de Paris* și îl distribuie seara târziu, prin vânzători ambulanți, la ieșirea de la spectacolele de teatru.

Începând din 1839, Louis Veuillot devine redactor-șef al puternicului cotidian catolic *L'Univers*, foarte citit de burghezia bogată de provincie. Va rămâne în funcție mai bine

de trei decenii și va face din acest ziar, care era foarte apropiat de Vatican, un instrument considerabil de influență al Bisericii.

Totuși, presa nu este încă citită decît în cercuri foarte restrînse și nu prea este respectată, nici apreciată de popor. În plus, ea este coruptă și disprețuită.

În 1840, Honoré de Balzac rezuma bine opinia din acea vreme vizavi de ziariști, scriind, în *La Revue parisienne*: „În Franța, presa este o a patra putere în stat: atacă tot și nimeni nu o atacă. Condamnă fără discernămînt. Pretinde că oamenii politici și literații îi aparțin și nu vrea să existe reciprocitate. [...] Dacă presa nu ar exista, nu ar trebui inventată...”.

Publicitatea nu reprezenta pe atunci decît 10% din veniturile obținute de *La Presse*, 20% din cele realizate de *Journal des débats* și mai puțin de 20% din cele încasate de *Le Figaro*. Mult mai puțin decît în cazul ziarelor omoloage engleze și americane.

În ianuarie 1848, simțind că puterea îi scapă, Ludovic Filip, care urcase pe tron fiind împotriva unei cenzuri pe care a reintrodus-o ulterior (în 1835, după atentatul ratat al lui Fieschi, pe care regele îl punea pe seama puterii presei, mai ales a celei satirice), proclamă libertatea presei și suprimarea timbrului și a cauționării. La Paris, ca și în provincie, ziarele de diverse tendințe și stiluri se înmulțesc. Desenele devin arme politice (Daumier excelează, în *La Caricature* sau *Le Charivari*). George Sand inspiră *La Vraie République*; Lamartine, *Le Bien public*; Proudhon, *Le Représentant du peuple*. Karl Marx publică *Neue Rheinische Zeitung* (Noua Gazetă Renană), ai cărei redactori sînt toți membri ai Ligii

Comuniștilor (Friedrich Engels, Wilhelm Wolff, Georg Weerth...).

Situația aceasta nu va dura mult timp. După abdicarea regelui, pe 24 februarie 1848, și Zilele din Iunie³, care confirmă libertatea presei, guvernul provizoriu din august 1848 restabilește cenzura: de acum înainte era interzisă criticarea Adunării Naționale, a instituțiilor republicane, a libertății cultelor, a proprietății private și a drepturilor familiei, sub amenințarea unor amenzi sau a înțemnițării. Ziarul *La Presse* al lui Girardin este interzis; unele ziare sînt falimentate. Astfel dispăre, de exemplu, *Le Peuple* al lui Lamennais, care, în ultimul număr al ziarului său, din august 1848, declara: „Trebuie aur, mult aur ca să te bucuri de dreptul de a vorbi. Nu sîntem bogați. Tăcerea aparține celor săraci”. Dispăre și ziarul lui Karl Marx, după 301 numere cu 6 000 de abonați.

După lovitura sa de stat din decembrie 1851, președintele republicii, Louis-Napoléon Bonaparte, reduce și mai mult numărul cotidienele autorizate la Paris: nu mai rămîn decît 11, printre care *La Presse*, *Le Moniteur universel* și *La Patrie*, ziare guvernamentale, *Les Débats*, ziar liberal de centru dreapta, și *Le Siècle* al lui Havin, anticlerical. Fiecare oraș mic are dreptul la un singur ziar, aflat la ordinele prefectului sau subprefectului; era în general vorba de gazete cu anunțuri, aflate în proprietatea unui tipograf, pentru care ziarul reprezenta o activitate secundară. Orașele mari aveau dreptul la două sau trei gazete de acest tip, iar prefectul gestiona concurența între cele care îl slujeau cel mai bine și priva gazetele opoziției de hrana providențială a anunțurilor

juridice, care constituiau pe atunci forme de subvenționare deghizată a presei.

Ziariștii vinovați de publicarea și reproducerea „cu rea credință” a „unor știri de natură să tulbure pacea publică” sînt trimiși la închisoare. Fondurile secrete permiteau cîștigarea devotamentului ziarelor, chiar a celor aparent de opoziție. La toate acestea se adăuga publicitatea, în special pentru împrumuturi, care încep să se înmulțească. Astfel încît presa devine tot mai rentabilă.

În 1854, Hippolyte de Villemessant preia un săptămînal preocupat de viața pariziană, *Le Figaro*. Întemeiat în 1826 de șansonetistul Maurice Alhoy și de scriitorul și politicianul Étienne Arago, cu trimitere la personajul lui Beaumarchais, și dorindu-se un „ziar satiric, spiritual și bătaios”, acesta dispăruse în 1833. Ca și altele, era un ziar foarte rentabil datorită anunțurilor juridice și financiare. După mai puțin de douăzeci de ani, capitalul investorului inițial va înregistra o creștere de 36%.

În 1857 sînt instalate pe Marile Bulevarde primele 60 de chioșcuri de ziare, concepute de arhitectul francez Gabriel Davioud (care va proiecta și teatrul Châtelet și fîntîna Saint-Michel).

Începînd din 1860, Imperiul se liberalizează; guvernul autorizează apariția unui alt ziar catolic, *Le Monde*, și a unui prim ziar liberal, *Le Temps*. În 1863, Moïse Polydore Millaud este autorizat să publice *Le Petit Journal*, cu un preț de cinci centime și un format de patru pagini semiformat; era un cotidian axat pe fapte diverse și cu romane-foileton extravagante. Nu era prea departe de acele *penny papers* anglo-saxone. Apoi, în 1865, apare *Journal illustré*, cu ilustrații

de Gustave Doré, care imita *Penny Illustrated Paper*, creat în urmă cu trei ani la Londra. În același an este întemeiat *L'Événement*, cotidian liberal, primul ziar care oferea cadouri abonaților (invitații la mese, lădițe cu mandarine).

În 1865, imediat după sfârșitul Războiului de Secesiune și asasinarea lui Lincoln, tânărul medic Georges Clemenceau pleacă, pentru a lăsa în urmă o deziluzie din dragoste, în Statele Unite, în calitate de corespondent pentru *Le Temps*. Rămîne acolo patru ani și scrie o sută de *Lettres d'Amérique*, publicate sub forma unor misive anonime; Clemenceau denunță sclavia și rasismul și își exprimă admirația pentru libertatea presei, chiar dacă ea duce uneori la „atacuri lipsite de măsură” asupra vieții private, înțesate de „ponegriri” și „calomnii”.

În 1866, *Le Figaro* devine cotidian și se aventurează pe terenul politic. Și, cum Imperiul suprimă autorizația prealabilă, apar numeroase alte ziare, printre care *Le Réveil* al lui Charles Delescluze și *La Lanterne* al lui Henri Rochefort. La începutul anului 1870, *Le Petit Journal* este tipărit în 300 000 de exemplare. Tirajul total al cotidienele pariziene atinge un milion de exemplare, adică de 30 de ori mai mult decît în 1800.

Cînd o știre falsă declanșează un război: depeșa de la Ems

La începutul anului 1870, cancelarul Prusiei, Otto von Bismarck, dorește să alieze statele germane împotriva Franței, căreia dorește să-i atribuie rolul de agresor. Și va reuși să facă acest lucru, cu sprijinul unei mari părți a presei germane și al Agenției Continentale, pe care o controlează din 1865 prin intermediul prietenului său Gerson von Bleichröder, mare bancher și industriaș.

Al Doilea Imperiu se afla atunci într-o situație dificilă, după asasinarea ziaristului Victor Noir de către Pierre-Napoléon Bonaparte, fiul lui Lucien, frate cu Napoleon I și, ca atare, rudă cu Napoleon al III-lea. Henri Rochefort, directorul ziarului *La Marseillaise*, unde lucra Victor Noir, este trimis la închisoare. Presa franceză îi reproșează împăratului și faptul că nu susținuse Austria în războiul pierdut de aceasta împotriva Prusiei. În plus, Franța se simțea amenințată de candidatura unui văr al regelui Prusiei, Leopold de Hohenzollern-Sigmaringen, la tronul Spaniei, în care vedea un pericol de a fi prinsă în clește între două puteri dușmane. La sfîrșitul lui februarie 1870, împăratul obține retragerea respectivei candidaturi.

Însă Bismarck nu renunță. Pe 2 iulie, anunță public că principele prusac este în continuare candidat la tronul Spaniei, ceea ce provoacă furia presei franceze. Pe 3 iulie, *Le Gaulois* scria: „Dacă trebuie să alegem iarăși între o patrie micșorată, împutînată, și război, nu vom ezita!”. Pe 7 iulie, cotidianul *Le Pays* scria: „Afacerea aceasta, care acum zece ani

nu ar fi avut nici o importanță, este picătura de apă care face să se reverse un pahar prea plin de amărăciune [...]. Prusia fie va renunța la pretențiile sale, fie va trebui să se lupte”. Alte ziare, precum *Le Temps*, *Le Français*, *Le Siècle*, *L’Avenir national*, *La Revue des Deux Mondes*, încearcă să liniștească apele. În zadar.

Pe 9 iulie, ambasadorul francez la Berlin, contele Vincent Benedetti, prieten personal al împăratului, merge să-l întâlnească pe regele Prusiei, care se afla la băi la Bad Ems, și obține de la el retragerea candidaturii lui Leopold. Când Bismarck află știrea, amenință că demisionează dacă regele îl întâlnește din nou pe ambasadorul francez. Acesta îl întâlnește pe rege, pe 11 iulie, pe o alee a stațiunii balneare și îi cere să se angajeze că nu va mai prezenta niciodată vreo nouă candidatură la tronul Spaniei, ceea ce regele refuză, transmițându-i prin intermediul aghiotantului său că, de acum încolo, nu îl va mai primi.

Pe 13 iulie, regele Prusiei cere să i se trimită lui Bismarck o telegramă care relata întâlnirea cu ambasadorul francez și refuzul său de a-l reîntâlni. Bismarck, care se gândea la demisie, le citește mesajul celor doi generali germani cu care tocmai lua cina, Moltke și Roon, și îi întreabă dacă ei credeau că o bătălie împotriva Franței ar fi avut șanse de victorie, ceea ce Moltke confirmă: „Cu cât războiul începe mai repede, cu atât avem mai multe șanse de a-l câștiga”. Bismarck va utiliza atunci presa pentru a determina, în mai puțin de o săptămână, Franța să declare război.

Cancelarul redactează o versiune concisă a telegramei primite de la rege și o transformă într-o depeșă, pe care o trimite tuturor ambasadurilor germani și Agenției

Continental, care o telegrafiază agenției Havas. Depeșa sublinia apăsătorul afront al regelui ambasadului Franței („Regele a refuzat să-l primească din nou pe ambasadul Franței și i-a transmis prin aghiotantul de serviciu că Majestatea Sa nu mai avea nimic a-i comunica”). Și adăuga într-o frază la condițional, menită să treacă neobservată: „Conform altor informații de la Ems, regele i-ar fi transmis dlui Benedetti că aprobase fără rezerve renunțarea vărului său la tronul Spaniei și că, din acel moment, considera că orice motiv de conflict era eliminat”. Desigur că presa germană și cea franceză nu au reținut decât prima frază, care provoca polemica, nu și pe cealaltă, care avea o tonalitate temperată. Bismarck supralicitează, ordonând difuzarea gratuită, pe 13 iulie seara, pe străzile Berlinului, a unui număr special din *Deutsche Allgemeine Zeitung*, care povestea incidentul, vorbind doar despre refuzul regelui, cu o caricatură care îl înfățișa pe ambasadul Franței hărțuindu-l pe regele Prusiei.

A doua zi, pe 14 iulie, la Paris, ziarul de seară *La France* replică, susținând că guvernul francez se pregătea să reacționeze printr-o declarație de război; mulțimea atacă ambasada Prusiei, spărgându-i geamurile. După *Le Constitutionnel*, o „mulțime imensă se năpustește pe bulevarde” strigând „Jos Bismarck!” și „La Rin, la Rin!”.

Pe 15 iulie, *La Liberté* scria: „Dacă Prusia refuză să intre în luptă, o vom sili cu lovituri cu patul puștii pe spinare să treacă Rinul și să evacueze malul stîng”. Alte ziare, precum *Journal des débats*, încearcă să calmeze situația și să înțeleagă ce se petrecuse cu adevărat: „Să nu ne lăsăm impresionați de vociferările partidelor extremiste”. *Le Constitutionnel* adaugă: „Cînd se dorește pacea, problemele legate de formă își găsesc

lesne rezolvarea”. În aceeași zi, 83 de deputați, printre care Thiers, Arago și Gambetta, cer accesul la toate documentele diplomatice, pentru a putea înțelege ce dorea cu adevărat regele Prusiei. Majoritatea din cele două Camere se opune și, în aceeași zi, Adunarea Națională votează creditele de război. Patru zile mai târziu, pe 19 iulie, războiul este declarat.

Urmează imediat deruta armatelor franceze. Republica este proclamată pe 4 septembrie: ea suprimă cenzura și extinde renunțarea la monopolul poștal la întreaga presă.

În fine, libertatea...

În Japonia, doi ani care schimbă totul

Odată cu era Meiji se naște presa japoneză, care va avea, un secol mai târziu, cotidianul cu cel mai mare tiraj din lume.

Totul începe pe 22 iunie 1861, când armatorul A.W. Hansard publică, de două ori pe săptămână, în engleză, *Nagasaki Shipping List and Advertiser*, rebotezat ulterior *Japan Herald*. În 1865, editorul Hamada Hikoso (devenit Joseph Heco după ce a obținut cetățenia americană, redevenind Hamada Hikoso după ce a revenit la Yokohama ca interpret la consulatul american) lansează primul ziar particular și scris în engleză din țară, *Kaigai Shinbun* (*Ziarul de peste mări*).

Aceste două ziare, *Japan Herald* și *Kaigai Shinbun*, nu conțineau decât știri aduse de navele engleze care acostau la Yokohama de două ori pe lună. Erau citite în primul rând de străini.

În 1867, cel de-al cincisprezecelea shogun Tokugawa refuză să numească un succesor, lăsînd puterea împăratului din noua dinastie Meiji. Pe 17 martie 1868 este publicat *Chûgai Shinbun* (*Ziarul cu știri interne și externe*). Ca și *Kaigai Shinbun*, ziarul nu publica inițial decît știri din străinătate. Însă în japoneză.

Era Meiji începe oficial pe 23 octombrie 1868. În acel an de cumpănă sînt create mai multe ziare japoneze: *Naigai Shinpô*, condus de Hashizun Kanichi, apărea cam la trei zile, sub forma unui mic caiet broșat; *Shinbun Jiryaku* (*Actualitatea pe scurt*); *Koshi Zappô*, care încerca să copieze *Chûgai Shinbun*; și *Kôko Shinbun* (*Marele public*), care propunea multe ilustrații și cîteva știri interne.

Totul se accelerează în 1869, cînd împăratul acceptă crearea a 16 ziare; unele dintre ele există și în zilele noastre. Două dintre ele vor deveni cele mai mari din lume.

1. Inițial intitulat *Scène d'un naufrage*, tabloul de aproape 5 metri înălțime și peste 7 metri lățime înfățișează unul dintre cele mai zguduitoare episoade din istoria marinei coloniale franceze, naufragiul fregatei *Méduse*, în 1816, în apropierea coastelor Mauritaniei de azi, care a provocat un uriaș scandal internațional (n. tr.).
2. Titlul integral este *Scènes des massacres de Scio: familles grecques attendant la mort ou l'esclavage*. Tabloul înfățișează măcelul din Chios, în 1822, din timpul războiului grec de independență (n. tr.).
3. Este vorba despre revolta meseriașilor parizieni din 22-26 iunie 1848, care protestau împotriva închiderii atelierelor naționale, votată de Adunarea Națională pe 19-20 iunie (n. tr.).

Capitolul 8

Transpunerea în practică a inovațiilor

1871-1918

Într-unul din ultimele volume ale ciclului *Rougon-Macquart*, intitulat *L'Argent*, publicat în 1891, Émile Zola evoca în sfârșit propria meserie: cea de ziarist. Și în special relațiile cu iz de pucioasă dintre presă, marea finanță și politică. Eroul său, Jantrou, fost învățător bordelez, devine redactorul-șef al unui ziar parizian, *L'Espérance*, apoi proprietarul a „vreo zece gazete financiare”¹, care alcătuiau „un batalion ascultător de ziare financiare”²; el corupe „ziarele mari”³, politice și literare, cumpărând chiar pagina „a patra a unei gazete vechi și foarte respectate”⁴, precum și „tăcerea” „pretențiosului redactor al buletinului unei întreprinderi adverse”⁵, și sfârșește prin a achiziționa cel mai respectat ziar al presei financiare, *La Cote financière*, „ziarul acela serios și cu tradiție, care avea un trecut de doisprezece ani de incontestabilă corectitudine”⁶. Jantrou profită atunci de pe urma a

numeroase șantaje, extorcînd mulți bani, în special de la contesa de Beauvilliers, în schimbul tăcerii ziarelor sale asupra aventurilor amoroase ale soțului ei.

Nimic fantezist în toate acestea: așa arată o mare parte a presei, mai ales în Franța, între 1871 și 1918, în vremuri de euforie bursieră și scandaluri, șantaje și corupție. Nu este mai liberă decît presa din deceniile precedente. Continuă să depindă în foarte mare măsură de puterea politică și religioasă, dar reacționează din ce în ce mai mult la cererea de scandaluri; continuă să nu pună la dispoziția poporului secretele pe care cei puternici le păstrau cu mare grijă pentru ei înșiși. Trece sub controlul puterii capitalului și al principalului său agent, băncile. Constituie, pentru proprietarii ei, și un mijloc de a cîștiga bani, mulți bani, prin publicitate și/sau știri false și/sau șantaj. Continuă să fie în mare măsură masculină.

Apar însă și unele tendințe inverse:

Peste tot în Occident și în alte cîteva țări, urbanizarea, ameliorarea rețelelor poștale, dezvoltarea transporturilor și a mijloacelor de transmisie, cîteva progrese tehnice extraordinare, mai vechi (fotografia, electricitatea, telegraful) sau mai noi (telefonul, cinematograful, motorul electric, motorul cu explozie, automobilul, aviația), generalizarea foarte progresivă a învățămîntului public determină o creștere a nivelului de trai și a pretențiilor intelectuale ale occidentalilor. Ziarul cotidian devine accesibil unui număr mai mare de persoane, care nu se mai mulțumesc doar cu zvonuri și scandaluri.

Mijloace pentru o mai bună informare

De-a lungul acestor cinci decenii, câteva evoluții tehnologice majore determină o mai mare eficientizare a ziarelor și micșorarea costurilor lor.

În 1873, Eliphalet Remington, fabricant de arme și de mașini de cusut, începe să producă în serie mașini de scris, al căror brevet exista din 1714. În 1872 este predat primul manuscris integral redactat la o mașină de scris (*Aventurile lui Tom Sawyer* de Mark Twain!). Aceste mașini transformă radical munca din redacții, permițând folosirea hîrtiei carbon, inventată în 1806, și duc la apariția unei noi meserii în presă și birouri, o meserie dificilă, de la bun început feminină: dactilografia.

Apoi, într-un interval de trei ani, din 1876 și pînă în 1878, apar trei inovații care vor juca ulterior un rol major în modurile de informare: telefonul, fonograful și becul electric.

Mai întîi telefonul, pe care americanul Alexander Graham Bell îl brevetează în 1876 – chiar dacă paternitatea lui este astăzi pusă sub semnul întrebării (italo-americanul Antonio Meucci depusese un brevet identic în 1870, dar pierduse prototipurile). Apoi, în 1877, fonograful cu cilindru al americanului Thomas Edison (chiar dacă încă din 1860 apăruse fonoautograful francezului Édouard-Léon Scott de Martinville, urmat de paleofonul altui francez, Charles Cros); în fine, în 1879, becul electric al aceluiași Thomas Edison. Trei inovații care transformă radical modul de viață al oamenilor, mult dincolo de informație.

Prima linie telefonică de mare distanță este inaugurată în 1884, între New York și Boston. La mijlocul anilor 1890, la

Memphis, într-o vreme când existau mai puțin de 1 500 de posturi telefonice în oraș, *Memphis Commercial Appeal* devine primul ziar din lume care instalează un telefon în redacția sa. În 1901, *New York Evening Post* este primul ziar care utilizează apelurile telefonice ale ziaristilor săi pentru a relata în scris un eveniment: o întrecere de ambarcațiuni la Poughkeepsie, la aproximativ 140 de kilometri nord de New York.

În 1888, George Eastman are ideea, pentru a face o fotografie, de a înlocui sticla cu un rulou de celuloid, fără să sacrifice claritatea imaginii.

Urmează alte două evoluții majore: cinematograful și radioul.

În 1895, Louis Lumière prezintă primul film de actualități și, în același timp, primul film de ficțiune: pe 11 iunie, în acel an, filmează (43 de secunde în alb-negru) un congres de fotografie la Lyon și îl proiectează la Paris pe 28 decembrie, în Salonul indian de la Grand Café, în același timp cu celebra „Ieșire din uzinele Lumière”. Puțin mai târziu, Méliès trimite primii reporteri (Francis Doublier, Félix Mesguich, Alexandre Promio, Marius Chapuis) să străbată lumea pentru a produce cele dintâi documentare filmate: coride în Spania, orașe în Statele Unite, ceremonii religioase în Rusia. Tot în 1895, industriașul Léon Gaumont creează prima societate cinematografică din lume.

Pe 2 iulie 1897, inginerul italian Guglielmo Marconi obține primul brevet de radiocomunicație (deci de transmisie fără fir, TFF) în Regatul Unit. Ar fi preferat să rămână în Italia; în urmă cu doi ani își oferise serviciile guvernului italian, dar ministrul italian al Poștei și Telegrafului îl refuzase, tratându-l ca pe un nebun. La început, transmisia fără fir era doar un

nou telegraf, adică un mijloc de comunicare a mesajelor private, și nu neapărat de difuzare a informației. Ea nu transmitea decât mesaje codificate. Nu încă și vocea. În 1898, Gustave Eiffel, foarte mulțumit să găsească o utilizare pentru turnul său, a cărui construcție se terminase în urmă cu doisprezece ani și de a cărui potențială demolare se temea, autorizează armata să instaleze antene pe el.

În 1900, când existau deja mai bine de 700 000 de mașini de scris în redacții și birouri, primul prototip al unei „televiziuni” este prezentat, sub acest nume, la Expoziția Universală de la Paris de către inginerul rus Konstantin Perski; în 1901 este stabilită prima legătură radio transatlantică între Terra Nova și Cornwall, iar pe 24 decembrie 1906 este realizată prima transmisie a vocii prin radio între Massachusetts și Scoția.

În 1908, belinograful inventat de inginerul francez Édouard Belin permite transmisia de imagini prin circuit telefonic; este strămoșul telecopiatorului. Pe 22 ianuarie același an, o fotografie a reginei Wilhelmina a Țărilor de Jos parcurge 700 de kilometri în 22 de minute, înainte de a ajunge la Paris și de a fi proiectată pe ecranul teatrului Femina de pe Champs-Élysées.

În același an, Charles Pathé (măcelar ambulant, apoi vânzător de papagali în Argentina) deschide, împreună cu fratele său Émile, un mic cinematograf la numărul 6 de pe Bulevardul Saint-Denis, unde lumea putea afla rezultatele de la curse și cursurile Bursei. Doi ani mai târziu, el proiectează acolo filme de actualitate, turnate în întreaga lume. Apoi se instalează rînd pe rînd la Londra, în Statele Unite, în Italia, în Suedia. Rivalul său, Gaumont, creează Gaumont-Actualités și deschide și el săli de cinema în lumea întreagă.

Geopolitica agențiilor

Foarte puține ziare dispuneau în acea perioadă de mijloacele necesare pentru a angaja corespondenți în provincie sau în străinătate. Ele continuau să recurgă la serviciile de telegrafie ale agențiilor de presă: Havas în Franța, Reuters în Marea Britanie, Wolff-Continental în Germania, Associated Press în Statele Unite.

Bismarck supraveghea cu mare atenție Agenția Continentală, a cărei conducere era încredințată de Wolff unui colaborator al împăratului, Richard Wentzel.

Havas se transformă în societate anonimă în 1879, după ce fusese cumpărată de baronul de Erlanger, și continuă să supraviețuiască în foarte mare măsură datorită subvențiilor guvernului francez.

Agenția Reuters era și ea foarte supravegheată de către prim-miniștrii britanici ai vremii (începând cu Disraeli și pînă la Gladstone și Asquith). Ceea ce nu împiedica agenția să transmită presei informații înainte să le afle guvernul: în 1902, în toiul Războiului Burilor, reporterul de la Reuters reușește să treacă liniile frontului și ajunge în Mozambic, de unde telegrafiază știrea despre sfîrșitul asediului de la Mafeking, care este publicată în ziare a doua zi, cu două zile înainte ca guvernul britanic să o afle. Drept recompensă pentru această ispravă, directorul biroului de la Johannesburg, Sir Roderick Jones, îi urmează baronului Herbert de Reuter (fiul fondatorului) la conducerea agenției în 1915.

În Statele Unite, Associated Press obține în 1875 de la guvern, pe atunci republican, linii telegrafice pentru

transmiterea depeșelor sale din New York; drept mulțumire, agenția difuzează pe larg anul următor discursurile candidatului republican la președinție, neglijându-l pe candidatul democrat. Ceea ce discreditează agenția și duce la crearea unei agenții concurente, pînă ce Melville Stone (care crease *Chicago Daily News* la vîrsta de 28 ani) restaurează imparțialitatea lui Associated Press. Pe 25 iunie 1876, Mark Kellogg este primul corespondent al Associated Press ucis în cursul unui reportaj, în timp ce acoperea bătălia de la Little Bighorn, cîștigată de căpeteniile Sitting Bull și Crazy Horse.

Peste tot în lume, ziariștii aspirau să se emancipeze față de agenții. În particular, corespondenții britanici din străinătate nu voiau să se mulțumească cu articolele furnizate de agențiile naționale din țările unde se aflau în post. În 1870, un corespondent de la Paris al ziarului londonez *Times* scria: „Havas se află în întregime la ordinele guvernului și suprimă sau înfrumusețează tot ce este neplăcut”. Ziarele, la rîndul lor, făceau tot ce le stătea în puteri pentru a suprima monopolul agențiilor asupra telegrafului, astfel încît ziariștii lor să poată trimite direct redacțiilor propriile informații. Ceea ce se și întîmplă încă din 1870 în Marea Britanie, în 1875 în Statele Unite, în 1878 în Franța. Cîteva mari ziare pariziene se dotează cu linii proprii de transmisie.

Agențiile nu întîrzie să reacționeze și se aliază pentru a împiedica ziarele să profite de pe urma rivalității lor. În 1875, Havas, Reuters, Agenția Continentală și Associated Press își împart lumea: AP oferă tuturor celorlalte agenții știrile din Statele Unite, Reuters pe cele din Europa de Nord, Havas din Europa de Sud și Agenția Continentală din Est.

Două inițiative vor încerca să rupă cartelul acesta mondial.

Mai întâi, între 1887 și 1889, când Havas rupe acordul și își trimite corespondenții în Europa de Est, Bismarck organizează o „triplă alianță telegrafică” între agențiile germană (Agenția Continentală), austriacă (Telegraphen Korrespondentz Bureau) și italiană (agenția Stefani), agenții ale țărilor membre ale „Triplei Alianțe” politice și militare înființate în 1882 de aceste trei țări. Alianța nu va dura.

Apoi, în 1890, Davidson Dalziel, moștenitorul unei familii de editori, creează la Londra o agenție de presă exclusiv comercială. Este primul care preferă telefonul mai curînd decît telegraful pentru a-și informa clienții, ceea ce îi permite o transmisie continuă a informațiilor, și nu după orare regulate, cum pretindea încă telegraful. Mare succes: Dalziel deschide mai multe sucursale în Europa. Havas face atunci să circule zvonul că acesta este un agent al Triplei Alianțe; *Le Matin* și *La Cocarde* anunță că Dalziel este un „evreu anglo-american” și că agenția lui are drept scop să „submineze înțelegerea franco-rusă” și să „slujească interesele Germaniei”. La trei ani după înființare, agenția Dalziel dă faliment.

În Statele Unite, în 1897, Edward Willis Scripps, patron de presă despre care vom mai avea prilejul să vorbim, care crease mai multe mici agenții de presă în Ohio, obține dreptul, stabilit de Curtea Supremă din Illinois, ca un ziar să fie abonat la două agenții de presă concurente; după zece ani, va crea United Press International (UPI). Trei sute șaizeci și nouă de ziariști îi vor fi clienți încă de la înființare. Ceea ce nu distruge Associated Press, care, la începutul secolului XX, devine prima agenție de presă, după cea a lui Dalziel, care utilizează

telefonul pentru a difuza reportaje, zi și noapte, către vreo treizeci de ziare.

În 1909, William Randolph Hearst, alt patron de presă american despre care vom avea prilejul să vorbim, își creează și el propria agenție, International News Service, pentru a deservi în principal propriile ziare.

În Marea Britanie: *tabloids*, *jingo*es și *Press Lords*

În peisajul britanic apar trei termeni noi: presa *jingo*, *Press Lords* și *tabloid*.

Mai întâi încep să apară ziare foarte naționaliste, denumite în curînd *jingo*es, cu trimitere la titlul unui cîntec din 1877 care sprijinea politica belicoasă a lui Disraeli din timpul conflictului ruso-turc.

Tot atunci, cîțiva lorzi (care vor fi ulterior denumiți *Press Lords*) încep să lanseze unele dintre titlurile cele mai importante din presa țării. Majoritatea sînt burghezi care făcuseră avere în presă și primiseră ulterior titluri nobiliare.

Primul dintre ei este Alfred Harmsworth, care va deveni lordul Northcliffe. În 1888, acesta lansează *Answers to Correspondents*, o revistă care răspundea întrebărilor cititorilor (în Franța existase un precedent cu mai bine de un secol în urmă); în cinci ani, tirajul depășește milionul de exemplare și atunci el lansează mai multe reviste ilustrate și un săptămînal feminin.

În 1888, *Financial Times* este creat de James Sheridan. În 1890, *Daily Telegraph*, ziar conservator, atingea un tiraj de 300 000 de exemplare, iar *Standard* de 250 000.

Influența politică a acestor ziare devine considerabilă: în 1891, într-un articol din *Fortnightly Review*, Oscar Wilde scria: „Ziaristica nu mai este a patra putere, ca pe vremea lui Burke. Pe atunci, era fără nici o îndoială adevărat. Dar ea le-a înghițit pe celelalte trei. [...] Sîntem dominați de ziaristică”.

În 1892, William Astor, aparținînd ramurii engleze a unei familii americane, preia *Pall Mall Gazette* și creează *Pall Mall Magazine*, apoi *Observer* în 1911; el devine baronul Astor în 1916, apoi viconteles Astor, în anul următor.

În 1894, lordul Northcliffe cumpără *Evening News*, apoi înființează *Daily Mail*, pe un format pe jumătate cît cel al ziarelor *broadsheet*, care continua să fie formatul obișnuit. Pentru a critica acest format mic, *Westminster Gazette*, ziar liberal întemeiat de ziaristul Edward Cook, inventează termenul disprețuitor *tabloid*, care denumea pe atunci niște comprimate produse de societatea farmaceutică londoneză Burroughs Wellcome & Co. Northcliffe investește de cinci ori mai mult în crearea acestui ziar decît sumele necesare în mod obișnuit pentru crearea unui cotidian londonez și, pentru prima dată, propune cititorilor să subscrie la acțiuni; ziarul acordă un spațiu larg faptelor diverse, subiectelor feminine, sportului și concursurilor de pronosticuri. După patru ani, tirajul lui *Daily Mail* atinge un milion de exemplare.

În 1903 este creat un al doilea tabloid, *Daily Mirror*, cu foarte multe ilustrații, al cărui tiraj atinge de asemenea foarte rapid milionul de exemplare.

În acest timp, tirajul lui *Times* se prăbușește de la 70 000 la 38 000 de exemplare. Lordul Northcliffe îl preia de la John Walter, investește mult, scade de trei ori prețul de vânzare și mărește cererea la 145 000 de exemplare în 1914.

În acel an, tirajul global al cotidienele britanice a fost de 6,5 milioane de exemplare.

În Statele Unite: publicitatea dictează conținutul

Presa americană, foarte bine difuzată de un secol întreg datorită impecabilului serviciu poștal care străbătea țara după obținerea independenței, își continuă expansiunea. Cenzura continua să nu existe, chiar dacă o lege din 1873, *Comstock Act* (care urmărea mai ales să interzică trimiterea prin poștă a articolelor și materialelor contraceptive și erotice), era utilizată de guvernul federal pentru a interzice difuzarea, cumpărarea și lectura ziarelor anarhiste, calificate drept obscene.

Tot atunci începe să se dezvolte presa feministă. Două surori, Victoria Woodhull și Tennessee Claflin, publică, între 1870 și 1876, un săptămânal, *The Woodhull and Claflin's Weekly*, unde denunță ipocrizia puritanilor, vorbesc despre spiritualitate, dreptul la vot al femeilor, dragostea liberă și denunță infidelitatea bărbaților, printre care cea a unui pastor cu soția celui mai bun prieten al său.

În 1877, Edward Willis Scripps, fiul unui industriaș prosper din Cleveland, înființează, la 24 de ani, primul său ziar, *Penny Press*, care va deveni ulterior *Cleveland News*, apoi *Cleveland Penny Press*. El împrumută bani unor tineri editori de ziare locale, în schimbul a 51% din acțiunile ziarelor lor. În trei ani, cumpără în acest fel 25 de ziare din toată țara. Acesta este începutul unui imperiu de presă care există și în zilele noastre, sub numele E.W. Scripps Company.

În același an este întemeiată în Philadelphia, de către Francis Wayland Ayer, prima societate care se ocupa cu redactarea și vânzarea către agenți de publicitate a unor spații publicitare în ziare: primii săi clienți sînt Singer Sewing Machines, Pond's Beauty Cream și Procter & Gamble Co, pentru săpunul Ivory. Cei doi campioni ai *penny press* (*Sun* și *Herald*) înțeleg că rolul ziarelor nu mai este de a informa și nici măcar de a distra, ci de a atrage cititori și, prin urmare, publicitate, sursa principală de profit a ziarului.

Alți doi patroni de presă vor impune acest model.

Mai întîi, Joseph Pulitzer, sosit din Germania, la 17 ani, în 1864; el se instalează la Saint Louis (Missouri) și își câștigă mai întîi traiul redactînd texte plătite la numărul de rînduri pentru un cotidian în germană. În 1879, preia *Post-Dispatch* la Saint Louis. În 1883, preia *New York World*. În paginile acestuia se găsesc titluri ademenitoare, relatări ale unor crime, multe jocuri, imagini și concursuri; prețul de vânzare era foarte mic. Ziariștii lui fabrică evenimente imaginare, *stunts*, grefate pe actualitate; astfel, în 1889, unul dintre reporterii săi se lansează într-un înconjur al lumii în 80 de zile la bordul unui pachebot, pentru a-l imita pe Phileas Fogg, eroul cărții lui Jules Verne apărute în urmă cu cincisprezece

ani. În 1895, publică prima bandă desenată americană (la șase ani după prima bandă desenată publicată, cum vom vedea, în Franța și intitulată *La Famille Fenouillard*); aceasta era scrisă și desenată de Richard Felton Outcault, care descria aventurile unui băiețel al străzii, mai întâi îmbrăcat în albastru, apoi în galben. De unde și denumirea, deliberat disprețuitoare, dată de alte ziare: *Yellow Journalism*.

Apoi, William Randolph Hearst își face ucenicia la *Examiner*, la New York, pe care tatăl său, George Hearst, i-l cumpărase; el lansează în 1895 *New York Morning Journal*, care costa 1 cent. Devine, în 1895, marele rival al lui Pulitzer, preluând *Morning Journal* și concediind o parte dintre ziariștii de la *New York World*. În 1903, întemeiază *NY Daily Mirror*, considerat drept primul tabloid american, pentru că, precum tabloidele englezești, era tipărit la jumătate din formatul ziarelor obișnuite, cuprinzând bîrfe, istorioare cu polițiști, multe fotografii, pagini dedicate sportului, femeilor... Îl concediază și pe Outcault pentru niște benzi desenate.

Destinate clientelei grăbite a marilor orașe și imigranților prost alfabetizați în engleză, care începeau să citească ziarul dimineța, la micul dejun, ziarele lui Hearst și Pulitzer depășesc rapid tirajul de 300 000 de exemplare fiecare. Ele foloseau uneori fotografii modificate sau ale unor false întrevederi, cu titluri senzaționale. Nu prețul de vânzare constituia elementul-cheie al profitului, ci publicitatea, care dicta în mare măsură conținutul.

Prin urmare, trebuia neapărat aflat totul despre cititor, pentru a ști ce i se putea povesti și apoi vinde. Așa că ziarele acestea determină apariția, în cele mai mari universități americane, a unor cursuri de marketing, psihologie,

sociologie. În 1890, senatorul Sherman obține votarea unui text împotriva înțelegerilor industriale, foarte combătut de presa economică. După mai bine de un secol, cum vom vedea, acest Sherman Act va fi invocat pentru protecția presei.

La polul opus față de această presă, un editor, Adolph Ochs, vrea să mențină funcția dintâi a oricărui ziar: cea de a informa, chiar cu riscul de a vinde ziarul ceva mai scump, unui număr mai mic de cititori, cu mai puțină publicitate. În octombrie 1896, el reunește mai mulți capitaliști new-yorkezi bogați, printre care John Pierpont Morgan, pentru a prelua *New York Times*. Ziarul, creat în 1851, era în acel moment pe moarte: tirajul zilnic nu mai atingea decât 9 000 de exemplare și publicația pierdea 1 000 de dolari săptămînal. Ochs își propunea să îl transforme în marele ziar serios, cu informații sigure, care nu exista pe atunci în Statele Unite. Folosește o cerneală mai lizibilă, o hîrtie de calitate mai bună, o nouă tipografie, publică critică de carte și articole consacrate afacerilor. Decizie uriașă: refuză publicitatea. Și fixează prețul de vânzare la 3 cenți. Pe 25 octombrie 1896 scria, în articolul de fond al primului număr publicat sub conducerea sa, că dorea să publice numai „știrile demne de a fi tipărite”. Urmează succesul. În 1898 tirajul atinge 25 000 de exemplare, iar în 1902 depășește 100 000. În 1904, în timpul bătăliei de la Port Arthur dintre Rusia și Japonia, publică primul articol de ziar primit vreodată de pe o navă aflată pe mare. În 1905, își instalează sediul social pe Broadway, la numărul 1475, colț cu 42nd Street, într-o piață cunoscută astăzi sub numele Times Square, și obține chiar aprobarea primarului New Yorkului pentru construirea unei stații de metrou. În 1912, *New York Times* relata înaintea tuturor și într-o formă foarte completă

naufraziul *Titanicului*, dat fiind că redactorul-șef presimțise tragedia de la primul apel trimis de pachebot. La douăzeci de ani după ce Ochs preluase ziarul, *New York Times* atingea o cifră de difuzare de 344 000 de exemplare. În același an, 1912, este creată la Columbia University, în New York, prima diplomă pe plan mondial de „ziarist”.

În 1914, Statele Unite numărau 2 430 de cotidiane, dintre care 22 la New York; tirajul lor total depășea 26 de milioane de exemplare. Veniturile din publicitate reprezentau 60% din totalul veniturilor lor. Treisprezece grupuri (dintre care cele mai importante erau cele ale lui Hearst și Scripps) reuneau 63 de cotidiane.

Și cum nu toți imigranții vorbeau engleza, existau și ziare puternice în limbi străine: Abraham Cahan, venit din Rusia și dezamăgit de presa idiș din New York, creează în 1897 *Jewish Daily Forward*, care, în 1914, avea un tiraj de aproape un milion de exemplare, cât cotidianul în germană *Arbeiter-Zeitung*, înființat de un militant socialist libertar la Chicago în 1877. Tot astfel, în 1913 este creat la San Francisco săptămânalul de luni *Hindustani Ghadar*, pentru a promova naționalismul indian; majoritatea exemplarelor ziarului erau expediate în India, unde au fost curînd considerate sedicioase și distruse de guvernul britanic.

Presa franceză, în slujba banului

În Franța, nu găsim nimic din toate acestea. Presa nu se situa nici de partea divertismentului, nici de cea a informației. Și

nici de partea banului care putea fi cîștigat prin intermediul publicității. Ci de partea banului care se putea cîștiga prin minciună.

Unele ziare, foarte puține, vor rămîne oneste și se vor afla în centrul bătăliilor politice.

În 1870 și 1871, în timp ce războiul și Comuna se dezlănțuie, sediile pariziene ale ziarelor *Le Figaro* și *Le Gaulois* sînt devastate; redacțiile lor se refugiază la Versailles și la Saint-Germain. La Paris, *Le Cri du peuple*, întemeiat de Jules Vallès, care avea pe atunci un tiraj de 100 000 de exemplare, relatează despre lupte, avînd reporteri în trupele Comunei. *Le Père Duchêne* avea un tiraj de 50 000 de exemplare. La fel și *La Nouvelle République*, *L'Affranchi*, *La Bouche de fer*. *Journal officiel* (noul nume dat în 1869 ziarului *Moniteur universel*, publicație oficială a guvernului imperial) devine *Journal officiel de la Commune de Paris* și scoate două ediții pe zi; una cu decretele și relatările de la Consiliul Comunei și cealaltă cu știri din provincie și din străinătate. În martie 1871, tînărul ziarist Émile Zola, care colabora cu *La Cloche*, ziar potrivit comunarzilor, este arestat la Paris pentru douăzeci și patru de ore. În aprilie, sub amenințarea de a fi luat ostatic, părăsește Parisul și pleacă la Bordeaux, de unde nu se va întoarce decît la sfîrșitul lunii mai, după căderea Comunei.

Le Figaro cheamă atunci la masacru: „Domnului Thiers îi rămîne o misiune importantă: aceea de a curăța Parisul. Niciodată nu se va mai prezenta o asemenea ocazie”. Raoul Rigault, ziarist întemnițat regulat începînd din 1860 pentru articolele sale din ziarul studentesc ateu *Le Démocrate* și care s-a aflat în fruntea Comisiei pentru Siguranță Generală a

Comunei, este împușcat pe 24 mai 1871. Jean-Baptiste Millière (fost redactor-șef la *L'Éclaireur républicain* de la Clermont-Ferrand, întemeietorul ziarului *Le Prolétaire*, deputat de Sena în Adunarea Națională în 1871) este și el împușcat două zile mai târziu. Alți ziariști sînt deportați în Noua Caledonie, împreună cu Louise Michel, printre care Paschal Grousset, Henri Rochefort, Achille Ballière, Olivier Pain, Prosper-Olivier Lissagaray și François Jourde, care evadează pentru a ajunge în Anglia și a se întoarce în Franța.

Apoi apele se liniștesc și presa se reorganizează. Puține ziare din cel de-al Doilea Imperiu supraviețuiesc, precum *Le Petit Journal* sau *Le Figaro* și intangibila presă financiară.

Mai întîi, în 1871, Paul Dalloz întemeiază Messageries de la presse, în încercarea de a scurtcircuita monopolul lui Hachette în difuzarea ziarelor. De asemenea, *La Lanterne*, concurent cu *Le Figaro*, dispunea de propria mesagerie, în vreme ce agenția Perinet difuza periodice în provincie. În Paris, apar tot mai multe chioșcuri.

Cele patru principale cotidiane franceze erau pe atunci: *Le Petit Journal* (întemeiat de Moïse Polydore Millaud în 1863); *Le Petit Parisien* (întemeiat de deputatul Louis Andrieux și prietenul său Jules Roche în 1876); *Le Matin*, întemeiat în 1883 de Samuel Chamberlain, cunoscut în special pentru romanele sale foileton (*Chéri-Bibi*, *Nostradamus*, *Le Chercheur des trésors*) scrise de Gaston Leroux; și *Le Journal*, întemeiat în 1892 de ziaristul Fernand Xau, împreună cu Émile Zola, Jules Renard, Octave Mirbeau, Clemenceau și poetul José-Maria de Heredia. Aceste patru ziare vor supraviețui, fiind foarte puternice, pînă în 1944, cînd vor fi închise pentru vina de a fi colaborat, toate patru, cu naziștii.

Alte cotidiene apar cu mai puțin succes. *L'Intransigeant*, creat în 1880 de Eugène Mayer, raliat boulangismului; *Gil Blas*, cotidian întemeiat de Auguste Dumont și care apare între 1879 și 1940 cu un supliment ilustrat. *Le Figaro*, al cărui tiraj depășește 80 000 de exemplare, organizează de acum înainte seri literare în prima zi de luni a fiecărei luni. La toate acestea se adaugă *Le Gaulois*, cotidian politic și literar întemeiat în 1868, *Le Mot d'ordre*, ziar bonapartist, și *La Paix* al lui Gaston Carle.

Presa financiară, care avusese atîta succes în timpul celui de-al Doilea Imperiu, își regăsește toată puterea. „Gazetele financiare”, aflate adesea în proprietatea băncilor, creează în 1874 o rețea telegrafică, care le permitea recepționarea cursurilor Bursei și transmiterea lor către bănci și către Havas.

Eliminată după Comună, presa socialistă se reorganizează cu greu; cît despre gazetele cu tendință radicală, cea mai importantă, *La République française*, îi aparținea lui Gambetta.

Toate aceste cotidiene rămîn dependente mai ales de susținerea politică, de vânzările serviciilor lor financiare și de donațiile unor întreprinderi financiare. Creditul funciar vărsa sume lunare generoase multor ziare, mai ales financiare, și unor ziarști. *Le Mot d'ordre* primea 60 000 de franci, iar *La Paix*, peste 125 000 numai pentru perioada cuprinsă între lunile mai și noiembrie 1879... „În unele ziare”, se mira un parlamentar republican în 1881, „redactorul buletinului financiar, în loc să fie plătit pentru munca lui de proprietarul ziarului în care scrie, este plătit de un întreprinzător particular, care cumpără dreptul de a dispune de el după bunul său plac”.

Pentru multe dintre aceste ziare, o sursă banală de venituri consta în a prezenta, la sfârșitul zilei, unui om înstărit sau unui șef de întreprindere prima pagină a ziarului de a doua zi, transmițându-i că numai de el depindea ca ea să nu apară. Puțini rezistau la acest gen de intimidare, care cunoaște o mare expansiune la sfârșitul secolului al XIX-lea.

Pe 5 noiembrie 1878, deputatul Alfred Naquet propune abrogarea tuturor legilor restrictive privind libertatea presei. Discuțiile încep în Camera Deputaților abia pe 24 ianuarie 1881. Legea din 29 iulie 1881, propusă de 22 de deputați în frunte cu Émile Girardin (devenit deputat de Sena), duce la un text care oferea presei franceze regimul cel mai liberal din lume, garantînd libertatea de publicare și difuzare și suprimînd practic orice mijloc de acțiune a autorităților politice asupra ziarelor.

Proprietarii de ziare nu sînt invocați decît în articolul 44 al acestei legi, care le impune să îi indemnizeze pe cei calomniati de ziarul lor: „Proprietarii ziarelor sau scrierilor periodice sînt responsabili pentru condamnările pecuniare pronunțate în favoarea unor terți”.

În 1883, moartea contelui de Chambord determină o hecatombă a gazetelor legitimiste, printre care *L'Union. Le Gaulois* devine organul aristocrației franceze; presa religioasă este înviorată de Părinții Asumpționiști de la Maison de la bonne presse, prin editarea, într-un interval scurt, a unui mare număr de periodice, printre care *La Croix*, care devine cotidian în același an și atinge un tiraj stabil de 170 000 de exemplare.

În 1884, un jurnalist american stabilit la Paris, Samuel Chamberlain, creează *The Morning News*, cotidian de limbă

engleză, apoi un cotidian de limbă franceză, *Le Matin*. El declară că dorește să facă un cotidian de informare independent, unde faptele să precumpănească asupra comentariilor, după modelul lui *New York Times*... Scriu în ziar editorialiști (pe atunci erau numiți „publiciști”) de la toate partidele. Chamberlain abonează cele două ziare la știrile unei mici agenții britanice, Central News, și utilizează cablul transatlantic, la care Havas nu avea încă acces, pentru a obține informații din America în exclusivitate. Ziarul se vindea cu zece centime. Îl revinde unui ziarist de la *Le Figaro*, Alfred Edwards, care se lansează, ca atâtea alte ziare ale vremii, în șantajul camuflat în publicitate; iar veniturile publicitare ale ziarului trec de la 37% în 1886 la 50% în 1894. Va supraviețui până în 1944.

În 1886 apare, în *Le Journal illustré*, primul reportaj fotografic, cu interviul chimistului Michel-Eugène Chevreul, fotografiat de Nadar.

În 1889 apare în Franța, înaintea Statelor Unite, prima bandă desenată, în *Journal de la jeunesse*: „La Famille Fenouillard”, caricatura unei familii burgheze desenată de Christophe (pe numele lui adevărat Marie-Louis-George Colomb).

În 1891, *Gil Blas* (cotidianul întemeiat în urmă cu doisprezece ani de Auguste Dumont) anunță, număr după număr, prin anunțuri publicitare de dimensiuni tot mai mari, iminenta publicare, în foileton, a unui roman de Émile Zola, *L'Argent*. Ca într-un fel de punere în abis, foiletonul atrage cititori, care vor deveni clienții afaceriștilor ce controlau paginile dedicate informațiilor bursiere din același ziar denunțate în paginile romanului...

În 1892, primul ziar sportiv mondial, *Le Vélo*, este lansat de Pierre Giffard, care fusese inițial ziarist la *Le Figaro*, apoi la *Le Gaulois* și la *Le Petit Journal*. El creează cursa Paris-Brest și maratonul Parisului. Însă ideea Turului Franței îi revine ziarului *L'Auto-Vélo*, primul cotidian sportiv, creat în 1900 de Henri Desgrange.

Nou flagel al societății franceze, renăscut din timpuri străvechi: antisemitismul. Cel al Bisericii, căruia i se adăuga acum cel al laicilor, care vedeau în iudaism expresia unui universalism antipatriotic. Nu doar că marile ziare, precum *Le Matin*, devin antisemite, dar se ivesc și altele care încep să susțină această cauză. În 1892, Édouard Drumont întemeiază în acest scop *La Libre Parole*. Și așa începe afacerea care va scinda țara și presa: afacerea Dreyfus.

În noiembrie 1894, *La Libre Parole* titra: „Trădarea evreului Dreyfus”. Pe 22 decembrie, Dreyfus este condamnat la deportare pe viață la ocnă, în Guyana (Insula Diavolului), pentru spionaj în favoarea Germaniei. Multe ziare se dezlanțuie. Printre ele, *L'Éclair*, *L'Intransigeant*, *Le Gaulois* și ziare catolice precum *La Croix* și *Le Pèlerin*; evreii sînt înfățișați cu trăsături grosolane, nas încovoiat, urechi mari și o expresie fățarnică. Ziarele acestea cîștigă astfel noi cititori.

Dreyfus beneficiază și de susținători în presă: *La Libre Croyance*, *La Grande Bataille*, *Le Figaro*, *Le Siècle*, *La Fronde*, *La Petite République*, *Les Droits de l'homme*, care pierd cu această ocazie mulți cititori.

La finele anului 1897, pe cînd Hachette prelua mesageriile concurente, Émile Zola se implică în afacere, în *Le Figaro*, unde fratele condamnatului, Mathieu Dreyfus, îl desemnează pe Ferdinand Walsin Esterhazy drept adevăratul vinovat. Pe

11 ianuarie 1898, comandantul Esterhazy este totuși achitat în unanimitate de Consiliul de Război.

Pe 13 ianuarie 1898, în *L'Aurore*, ziar înființat în urmă cu câteva luni de Ernest Vaughan (redactor la *L'Intransigeant*), Zola publică, pe prima pagină, pe opt coloane, „J'accuse...!”⁷. Ceea ce îi aduce o condamnare la închisoare și exilul la Londra. Presa antisemită îl înfățișează cu un trup de porc.

În 1898, *Le Petit Journal* intră în bătălia împotriva lui Dreyfus. Caran d'Ache publică aici caricaturi antisemite și merge pînă la a crea, împreună cu un alt mare desenator, Jean-Louis Forain, un ziar (*Psst...!*) în întregime dedicat acuzării lui Dreyfus și a evreilor.

Apoi afacerea se dezumflă: pe 30 august 1898, colonelul Henry mărturisește că fabricase un document (numit „falsul lui Henry”) care-l incrimina pe Dreyfus. Pe 9 septembrie 1899, cînd ziarul *Psst...!* își încetează apariția, Dreyfus este din nou declarat vinovat; condamnat la zece ani de închisoare, el acceptă să fie grațiat.

În același moment, izbucnește un conflict între trupe franceze și engleze la Fachoda, avanpost din Sudan, unde se intersectau ambițiile vest-est ale Franței și nord-sud ale Marii Britanii. Ziariștii celor două țări toarnă gaz peste foc. „Jingoismul” englez și „șovinismul” francez împing spre război. Mica trupă franceză, în inferioritate numerică, trebuie totuși să cedeze, dezlănțuind furia presei naționaliste franceze, care cîștigă cu această ocazie un număr considerabil de cititori.

Lectura unui cotidian devine o obișnuință pentru mulți francezi din clasa de mijloc. Henry Bérenger, tînăr politician și scriitor, viitorul director al ziarelor *L'Action* și *Le Siècle*, se

lansează atunci în lupta pentru reabilitarea lui Dreyfus. El scria, în acel an, în *La Dépêche* din Toulouse: „Privarea de ziar constituie o pedeapsă ignorată”.

Femeile încep să-și facă simțită prezența.

În 1897, Marguerite Durand lansează *La Fronde*. Tonul este serios, se vorbește despre subiecte de primă importanță, nimic superficial. *La Fronde* formulează și revendicări: accesul femeilor la toate meseriile, gestionarea propriului patrimoniu... Una dintre ziariste, Caroline Rémy, relatează despre incendiul de la Opéra-Comique și face un reportaj printre muncitoare; este prima femeie care coboară într-o mină, după explozia ucigașă de la Villeboeuf, lângă Saint-Étienne; în 1898, ea creează Premiul Femina.

La cumpăna dintre secole, aceleași patru cotidiane împart între ele cea mai mare parte din piața franceză: *Le Petit Journal*, *Le Matin*, *L'Écho de Paris* și *Le Petit Parisien*. *Le Figaro*, *L'Aurore* și altele există în continuare.

După 1900, *L'Écho de Paris* devine, sub conducerea lui Henri Simond, organul de presă preferat pentru „Ligue de la patrie française”. *Commedia* este creat ca un cotidian consacrat exclusiv literaturii și teatrului.

În 1902, Gaston Calmette devine directorul lui *Le Figaro* și îl modernizează, orientându-l spre „burghezia cea mai înstărită, marele comerț, industria de înaltă clasă, armata, cea mai elegantă societate străină”. Marcel Proust scrie în paginile sale începând din 1908. Unii ziariști care scriu în ziar devin cunoscuți, precum Pierre de Coubertin, care semnează în paginile sale între 1902 și 1906.

În 1904, Jean Jaurès înființează un nou ziar, *L'Humanité*, socialist, cu un tiraj de 140 000 de exemplare: ziarul este cules

de o „echipă de meseriași sindicalizați”, cu sediul la numărul 8, pe strada Sentier, aceeași unde locuise Mozart împreună cu mama lui în 1778. Anatole France va semna un foileton în pagina a doua.

Între 1904 și 1908, o afacere marchează punctul culminant al corupției presei pariziene: în momentul când erau lansate împrumuturi ale Imperiului Rus, toate ziarele principale din Paris (*Le Petit Journal*, *La Lanterne*, *Le Figaro*, *Le Petit Parisien*, *Le Matin*, *La France*) acceptă (se va afla mult mai târziu) să primească de la Moscova o uriașă cantitate de „publicitate financiară”, cu condiția să nu vorbească în articolele lor despre slăbiciunile politice și economice ale Rusiei, ceea ce ar fi dăunat subscripției la respectivele împrumuturi.

În 1906, Albert Londres începe o carieră de ziarist parlamentar la *Le Matin*.

Chiar dacă foarte numeroase titluri rămân confidențiale (în 1910, din 60 de titluri, 39 au un tiraj mai mic de 5 000 de exemplare, dintre care 25 sub 500), averi uriașe continuă să se acumuleze prin intermediul presei: Moïse Millaud, cu *Le Petit Journal*; Émile de Girardin, cu *La Presse*; Hippolyte de Villemessant, cu *Le Figaro*; Adrien Hébrard, cu *Le Temps*; și Arthur Meyer, cu *Le Gaulois*. Fiecare dintre ei lasă moștenitorilor între 5 și 10 milioane de franci, în timp ce, în 1911, doar zece succesiuni pariziene depășeau 10 milioane de franci.

În momentul în care izbucnea războiul, numărul de exemplare tipărite zilnic ale cotidienele este de 244 la 1 000 de locuitori, față de 1,3 în 1815, una dintre ratele cele mai înalte din lume; tirajul cotidienele pariziene trece de la un milion în 1870 la 5,5 milioane de exemplare, dintre care 4,5

milioane reuneau *Le Petit Journal*, *Le Petit Parisien*, *Le Matin* și *Le Journal*. În ciuda tirajelor sale mici (45 000 de exemplare în cel mai bun caz), *Le Temps* rămîne ziarul francez cel mai influent în străinătate. În provincie existau mii de titluri tri-, bi- sau săptămînale. Fiecare subprefectură dispunea de unul sau mai multe cotidiene: în 1914, existau aproape 250.

În 1914, presa franceză publica de cinci ori mai puțină publicitate decît presa engleză și de douăzeci de ori mai puțină decît presa americană. Și am văzut despre ce fel de publicitate era vorba.

Presa din Germania wilhelmină

În Germania, care visa sa fie prima putere mondială, la concurență cu Imperiul Britanic, epoca marilor ziare începe în 1874, cînd libertatea presei este înscrisă în lege cu mare timiditate și pentru foarte scurt timp (nu va fi consfințită decît mult mai tîrziu, în 1918, în același timp cu proclamarea Republicii de la Weimar).

Fiecare mișcare politică de la Berlin dispunea pe atunci de un ziar important: *Norddeutsche Allgemeine Zeitung* (creat în 1861) era organul oficios al puterii și al lui Bismarck; *Die Post* (înființat în 1866) era organul industriașilor ultraconservatori; *Kreuzzeitung* (1848), ziar conservator prusac; *Germania* (1871), organ catolic de centru; *Berliner Tageblatt* (1871), ziar liberal; *Tägliche Rundschau* (1881), ziarul protestantismului liberal. *Berliner Lokalanzeiger*, întemeiat în 1883 ca săptămînal, devine cotidian în 1885; proprietarul său înființează în 1899

săptămînalul *Die Woche*, apoi preia în 1904 *Die Gartenlaube* (săptămînal ilustrat destinat familiilor) și *Sport im Bild* (ziar de sport săptămînal ilustrat). Mai existau și alte săptămînale, precum *Zukunft*, și publicații satirice, precum *Simplicissimus* de la München.

Ziarul catolic *Das Bayerische Vaterland*, lansat de publicistul Johann Baptist Sigl, îl critica în mod deschis pe cancelarul Germaniei și politica imperiului, ceea ce se va solda cu încarcerarea lui Sigl. *Berliner Morgen Post* al lui Leopold Ullstein era independent; în 1913 atinge un tiraj de 400 000 de exemplare și va continua să fie autorizat pînă la sfîrșitul celui de-al Doilea Război Mondial.

În 1883, August Scherl înființează, cum am spus, *Berliner Lokalanzeiger*, iar în 1899, săptămînalul *Die Woche*, apoi preia ziare de succes precum *Die Gartenlaube* și *Sport im Bild*. După ce se îmbogățește din producția de armament, își vinde, în 1916, imperiul ziaristic lui Alfred Hugenberg, directorul general de la Krupp.

În Alsacia-Lorena, devenită germană, apar încă ziare în franceză, precum *Journal d'Alsace-Lorraine* la Strasbourg sau *Le Courrier de Metz*, continuu cenzurate, amenințate și urmărite.

În restul lumii, deocamdată aproape nimic

În India, în 1885, primele adunări ale Partidului Congresului, care va deveni partidul lui Gandhi, sînt urmărite de cotidianul *The Hindu*, creat pe 20 septembrie 1878 la Chennai. Apoi

ziarele se înmulțesc. Administrația britanică este neliniștită, iar Press Act din 1910 pune botniță presei indiene.

În China, aproape că nu existau ziare, iar practic toate cele existente erau în continuare destinate străinilor sau chinezilor occidentalizați. Cel mai influent ziar de limbă chineză din această perioadă era *Wanguo Gongbao* (literal: „Ziarul celor zece mii de nații”), întemeiat în 1868 de un misionar american. Ziarul relatea în egală măsură despre politica străină și despre creștinism. În 1901, în China erau aproximativ 160 de ziare, cu un tiraj total de 100 000 de exemplare, printre care *Zhenjiang Xinbao* (*Știri din Shanghai*), înființat de un om de afaceri britanic; în paginile ziarului, el denunța, în limba chineză, exploatarea tinerelor în localurile pentru fumat opium ale concesiunii franceze; practica aceasta va fi ulterior interzisă de autoritățile franceze. După instaurarea republicii, în 1911, libertatea presei este instituită. Totuși, presa chineză nu se dezvoltă, dat fiind că analfabetismul este încă cvasigeneral.

În Japonia, în 1871, la trei ani după începutul erei Meiji, *kawaraban* (acele tracturi tipărite sporadic, cu cerneală neagră, pe foi mari de hârtie, încă din 1615) sînt înlocuite de primele ziare. În 1871 este înființat primul cotidian adevărat de limbă japoneză, *Yokohama Mainichi Shinbun*, care conține atît știri din străinătate, cît și interne. Urmează *Yokohama Mainichi Shinbun* și *Chugai Shinbun*, care militează pentru o Constituție democratică.

În 1872 este lansat *Tokyo Nichinichi Shinbun* (*Știri cotidiene din Tokyo*), de către scriitorul Jōno Denpei. El atrage publicul

popular, utilizând o scriitură fonetică; relatările despre crime sînt ilustrate cu gravuri colorate.

În 1873 apar mai multe cotidiane, dintre care unele mai există și astăzi: *Tôkyô Shinbun* (strămoșul lui *Mainichi Shinbun*), *Yûbin Shinbun* (actualul *Hôchi Shinbun*) și cel mai vechi ziar de provincie, *Kôchû Shinbun* (astăzi *Yamanashi Shinbun*) din Kofu. Apoi *Yomiru Shinbun*.

O dată esențială: în 1875, *Tokyo Shinbun* lansează primul serviciu din lume de livrare a ziarelor la domiciliu. Ceea ce va asigura mult mai tîrziu succesul durabil al presei japoneze.

Mulți mari ziariști japonezi devin atunci mesagerii gîndirii liberale și chiar ai ideii republicane, precum Nozaki Bunzô, cunoscut sub pseudonimul Kanagaki Robun, care creează prima revistă manga, *Eshinbun nipponchi*.

Începînd din 1912, în perioada „democrației Taisho”, guvernul interzice ziarele cele mai critice, precum *Asahi Shinbun*.

Trei dintre aceste ziare (*Nichi Shinbun*, *Yomiru Shinbun* și *Asahi Shinbun*) se numără, în 2021, printre cele mai importante cinci cotidiane din lume. Iar editura Kanha, întemeiată în 1909, care publică revista literară *Yûbin* (*Elocința*), este și astăzi primul editor din Japonia.

În Egipt, în 1876, doi frați libanezi, Bishara și Saleem Teqla, lansează la Alexandria *Al-Ahram* (*Piramidele*), al doilea ziar ce vede lumina tiparului în lumea arabă. Cotidianul există și în prezent.

În Rusia, în 1904, ministrul de Interne, cel al Afacerilor Externe și cel de Finanțe creează Agenția Telegrafică din Sankt-Petersburg (ATSP). În 1898, țarul Nicolae al II-lea, sfătuit

de Serghei Witte, ministru al Finanțelor în timpul domniei tatălui său, propune și obține introducerea articolului 14 din Convenția de la Haga din 1899, care îi proteja pe ziariști: „Persoanele care însoțesc o armată fără a face parte din ea în mod nemijlocit, precum corespondenții și reporterii ziarelor, vivandierii, furnizorii, care sînt luate prizoniere de către inamic și pe care acesta consideră util să le dețină au dreptul să fie tratate ca prizonieri de război, cu condiția să dispună de o legitimație provenind de la autoritatea militară a armatei pe care o însoțeau”. Pînă la sfîrșitul secolului al XIX-lea, mai era totuși nevoie de o autorizație prealabilă pentru a publica un ziar în Rusia. De-a lungul acestui secol, ziarele cele mai influente (precum *Vpered* [Înainte] al lui Piotr Lavrov și *Kolokol* [Clopotul] al lui Alexander Herzen) sînt tipărite în străinătate și difuzate clandestin. În același an, se renunță la sistemul autorizării prelabile. Numărul și tirajul ziarelor explodează. În 1912 este înființat ziarul *Pravda* (Adevărul). În 1913 apar în Rusia aproximativ 800 de publicații cu un tiraj global de 3,5 milioane de exemplare. În 1914, *Pravda* este suspendată, dar continuă să fie difuzată clandestin, către mai bine de 40 000 de cititori, și cheamă proletariatul la revoltă.

Presa și Primul Război Mondial

Încă din august 1914, începutul războiului determină creșterea tirajului tuturor ziarelor din lume.

Englezii distrug imediat cablul telegrafic submarin german care lega Europa de Statele Unite. Pentru a contracara

blocada, Germania creează Transocean Gesellschaft, care încearcă să transmită prin radio informații germane către presa mondială.

În Franța, hîrtia începe să se găsească greu, iar resursele publicitare dispar; ziarele întâmpină dificultăți în privința tipăririi și a vînzării. Nu mai au decît două sau patru pagini. Cenzura, instaurată printr-o lege din 5 august 1914, le interzicea să vorbească despre strategiile militare, să facă considerații cu privire la armament, la numărul de răniți/morți/prizonieri și să critice conducerea armatei, sub amenințarea unei pedepse cu cinci ani de închisoare. Iar presa se execută foarte bine.

L'Intransigeant scria pe 17 august 1914, într-un articol intitulat „Marfă germană de proastă calitate”, că „gloanțele trec prin carne fără să o sfîșie”, încît „în trenurile cu răniți, tinerii atinși de gloanțe rîdeau cu o bună dispoziție reconfortantă”. Pe 24 august 1914, *Le Matin* anunța că „aliații noștri, cazacii, se află la cinci etape de Berlin”. Tot în *Le Matin* se putea citi pe 15 septembrie 1914 că armele germane sînt atît de puțin eficiente încît „lasă doar vînațăi”. Pe 11 octombrie 1914 se putea citi în *Le Petit Parisien*: „De altminteri, trupele noastre își bat joc de mitraliere [...]. Nimeni nu le mai dă atenție”.

Unul dintre marii ziariști ai vremii, Édouard Helsey, corespondent de război la *Le Journal*, va mărturisi ulterior cu regret: „Am povestit că oamenii aceia pe care-i vedeam mișcîndu-se ca niște umbre, clătinîndu-se de oboseală, buimăciți de marșuri și de luptele pe care nu le înțelegeau defel, sătui de moarte, frînți, sfîrșiți, rîdeau și cîntau. Greșeam, acum știu asta, și am renunțat foarte curînd la muzica aceasta

de proastă calitate. Dar pe atunci mă gîndeam la mame, soții, copii, la acea disperare atît de nouă a familiilor, în primele săptămîni ale războiului”.

În august 1914, cînd forțele britanice și franceze se retrag în dezordine din Mons, corespondentul de război Arthur Moore scria în *Times*: „Oamenii sînt puternici și voioși”. În septembrie 1914, o lege engleză stipula că „nici o persoană nu trebuie, prin viu grai sau în scris, să difuzeze informații susceptibile să alarmeze forțele armate ale Majestății Sale sau populația civilă”. Cînd începe bătălia de pe Somme, în iulie 1916, una dintre cele mai sîngeroase din acest conflict, în care aveau să moară 200 000 de soldați britanici, un ziarist de la *Manchester Guardian* scria: „Pierderile noastre nu sînt grele, [...] așa că prima zi a ofensivei este foarte mulțumitoare”. Mai tîrziu, doi ziariști, martori ai începutului războiului, aveau să scrie, unul: „Nu era deloc nevoie să ni se cenzureze depeșele. Eram propriii noștri cenזורi”, iar celălalt: „Îmi este total și profund rușine de cele scrise de mine, pentru simplul motiv că nimic nu era adevărat”.

Difuzarea anumitor cotidiene continuă să fie foarte mare, pentru că ele furnizau informații indispensabile despre aprovizionare: în 1917, 1,5 milioane pentru *Le Matin* și peste 2 milioane pentru *Le Petit Parisien*. *L'Écho de Paris*, organul Statului-Major, atinge un tiraj de 400 000 de exemplare. *L'Intransigeant* devine cel mai mare ziar de seară. *L'Humanité*, care rămîne credincios politicii Uniunii Sacre, avea un tiraj de 140 000 de exemplare în momentul lansării sale (1904), de 15 000 în 1905, apoi urcă la 80 000 în 1912, dar scade cînd trece în mîinile „pacifiștilor”. *Le Gaulois* pierde mulți cititori.

Și, cum nimic nu se schimbă, unele ziare franceze (*Le Journal* și *Le Bonnet rouge*) mai publică, contra cost, articole pacifiste. De aceea, când acționarii caută investitori pentru a salva *Le Journal*, directorul său, Pierre Lenoir, împreună cu un escroc, Bolo Pacha, investesc în ziar banii unor afaceriști germani...

În 1916, Maurice Maréchal, un vechi ziarist al săptămânalului anarhist și pacifist *La Guerre sociale*, întemeiat în 1906 de Eugène Merle și Gustave Hervé, lansează (după o încercare ratată în 1915) *Le Canard enchaîné*, cu un tiraj de 35 000 de exemplare. Titlul este ales cu trimitere la cel al ziarului pe care Georges Clemenceau îl crease în 1913, *L'Homme libre*, devenit *L'Homme enchaîné* în 1915, când cenzura suprimase cea mai mare parte dintr-un articol al său foarte critic despre serviciul de ambulanțe militare. Ziarul dă faliment pentru că apărea o dată la zece zile, și nu săptămânal.

În primul său număr adevărat (din 1916), *Le Canard* anunță o alianță, evident imaginară, cu agenția de presă germană Wolff. Primul articol al ziarului, intitulat „Mac-mac”, anunța din capul locului o orientare satirică: „*Le Canard enchaîné* își va lua marea libertate de a nu insera, după o minuțioasă verificare, decât știri riguros inexacte. Într-adevăr, toți știm că, fără excepție, presa franceză nu comunică cititorilor săi, de la începutul războiului, decât știri riguros adevărate. Ei bine, publicul s-a săturat. Publicul vrea știri false... vrea o schimbare. Le va avea. Pentru a obține acest rezultat ispititor, conducerea ziarului *Le Canard enchaîné*, care nu dă înapoi în fața nici unui sacrificiu, a încheiat, fără nici o ezitare, un contract de un an cu foarte celebra Agenție Wolff, care îi va transmite, săptămână de săptămână, de la Berlin,

printr-o sîrmă ghimpată specială, toate știrile false din întreaga lume”.

Ziare scrise în tranșee sînt difuzate pe cale artizanală de soldați, cu titluri evocatoare precum: *Le Lacrymogène*, *Le Cri du poilu*, *La Mitraille*, *L'Écho du boyau*... Scrise de mîină sau bătute la mașină, copiate în puține exemplare, adesea doar pentru tranșeele din vecinătate, ele sînt foarte supravegheate de ofițeri. Apare expresia „îndopare a creierului” pentru a desemna minciunile presei.

În aprilie 1917, cînd Statele Unite intră în război, ziarele americane nu au dreptul de a dezvălui cifrele efectivelor angajate în luptă. Optzeci de corespondenți sînt autorizați să urmeze trupele și sînt controlați de cenzori. Printre acești ziariști, pentru prima dată, multe femei: Corra Harris (pentru *The Independent*), Mary Roberts Rinehart (pentru *Saturday Evening Post*), Mary Boyle O'Reilly (pentru *Boston Globe* și *Harper's Magazine*) și Inez Milholland (pentru *New York Tribune*). Ele relatează atît despre instrucție, cît și despre lupte și despre starea răniților, a femeilor și a copiilor.

Armata americană experimentează, în martie 1918, o modalitate revoluționară de transmitere a informației: radioul. Ea creează în acest scop o primă stație radio în Virginia, care utiliza un emițător de mare putere folosit de marină pentru a comunica cu bazele sale de pe întreg teritoriul Statelor Unite și din Caraibe. Stația nu transmitea decît muzică pentru trupe.

În martie 1918, la Paris, cînd deznodămîntul războiului era încă foarte incert, este creat un prim Sindicat Național al Ziariștilor, care milita pentru o presă mai liberă și pentru un statut al ziariștilor: „O discuție liberă, o confruntare onestă,

față în față, a diverselor interese, care să ducă la încheierea unui contract în formă legală, comportînd angajamente reciproce, garantat de organisme calificate, semnat de ambele părți, după negocieri purtate în deplină transparență, libertate, egalitate”.

Gripa ce avea să fie numită „spaniolă” este și o ocazie de răspîndire a unor formidabile știri false. În timp ce, între septembrie și începutul lui octombrie 1918, 195 000 de americani mor din cauza ei, președintele Woodrow Wilson interzice ziarelor să dea informații alarmante. Pe 22 septembrie 1918, în timp ce la Camp Devers, la 56 de kilometri de Boston, 20% din populație se îmbolnăvise, iar Bostonul era și el atins, ziarele locale nu vorbeau decît despre război și despre cota de subscrieri de obligațiuni pentru cel de-al patrulea Liberty Bond. *Boston Post* scria doar: „Ieri, 191 de morți: situația rămîne gravă, dar autoritățile sanitare sînt liniștite, considerînd că se înregistrează o creștere minimă”; *Globe* scria că „numărul de cazuri indică o scădere”. Pe 4 octombrie, numărul celor morți de gripă la New York este de 33 000, dar *New York Times* consacră prima pagină războiului din Europa, unui avertisment privind scăderea vânzărilor de Liberty Bonds, căsătoriei domnișoarei Katharine Every Morgan și performanței actorului John Barrymore la premiera piesei *Cadavrul viu* de Lev Tolstoi... Și abia după pagina de anunțuri se putea citi, pe o singură coloană: „Gripa afectează acum 43 de state. Măsuri drastice sînt luate pe întreg teritoriul țării pentru a stăpîni epidemia”. În aceeași zi, *New York Evening World*, totuși considerat drept unul dintre cele mai bune ziare americane ale vremii, se mulțumea să scrie la pagina 15: „Peste 1 695 de noi cazuri de gripă”, în imediata

proximitate a unei reclame la fulgi de porumb prăjiți Kellog's, ilustrată cu poza unui bebeluș zîmbitor și cu următorul text: „Este o binefacere pentru copiii americani să fie atît de bine hrăniți și îngrijiți în aceste vremuri tulburi”.

Tot în 1918, Henry Ford preia *The Dearborn Independent* printr-un intermediar, secretarul său Ernest Liebold, și devine directorul publicației. Îl transformă rapid într-un ziar antisemit, explicînd că evreii au inventat Bursa cu unicul scop de a corupe poporul, că ei au provocat războiul și profită de el pentru a-i spolia pe agricultorii americani. Ziarul atinge atunci un tiraj de 900 000 de exemplare, situîndu-se imediat după *New York Daily News*. Puțin mai tîrziu, Ford publică în paginile lui *Protocoalele înțelepților Sionului*, pe care le va tipări și difuza în 500 000 de exemplare. Adolf Hitler citează ziarul în *Mein Kampf*.

În privința epidemiei, presa britanică nu se descurcă mai bine decît cea din Franța și cea din Statele Unite. În cîteva rînduri, fiecare ziar arăta că boala nu era chiar atît de gravă și dădea sfaturi pentru a evita contaminarea: spălarea paharelor, luarea trenului în afara orelor de aglomerație, evitarea prea multelor îmbrățișări. Pe 11 iunie 1918, în Irlanda, unde boala cauzase moartea a aproximativ 23 000 de persoane, *Belfast Evening Telegraph* scria: „Nu există nici un motiv ca marele public să se îngrijoreze excesiv, iar zvonurile actuale din oraș pot fi acceptate cu doza de scepticism de rigoare”. Și adaugă că „majoritatea medicilor nu consideră că ar fi o boală gravă”, relatînd totuși că „farmaciile sînt literalmente luate cu asalt”.

În Franța, în aprilie 1918, când parizienii îndurau de trei luni bombardamentele germane, gripa spaniolă pătrunde dinspre departamentul Oise. Pînă la sfîrșitul lunii mai, nu apare nici un articol, în nici un ziar, pe această temă. Pe 28 mai, când germanii se apropiau de rîul Marna, *Le Journal* relatează, în cîteva rînduri plasate în josul paginii, că Spania era atinsă de o epidemie de gripă „cu caracter benign”. A doua zi, *La Croix* vorbea de 120 000 de bolnavi la Madrid. Nimic despre Franța. Pe 6 iulie, *Le Matin* scria că, în Franța, gripa era benignă, spre deosebire de ce se petrecea în Germania. A doua zi, ziarul vorbea despre o „gripă obișnuită, deloc periculoasă”. Pe 7 august, *Le Journal* scrie că este vorba „pur și simplu despre o gripă”. Abia pe 4 septembrie, *La Croix* semnalează 70 de morți printre militarii din Toulon. Pe 19 octombrie, tonul se schimbă: pe prima pagină, *Le Journal* acuză guvernul că nu face nimic împotriva gripei, mulțumindu-se să dea sfaturi, de pildă, să se bea grog cu rom și să se ia legătura cu un medic; ziarul recomandă închiderea școlilor și interzicerea adunărilor. Conchide: „Totul sau aproape totul s-a limitat la niște afișe. Există totuși măsuri ce trebuie luate de urgență. [...] A trecut vremea precauțiunilor cu jumătăți de măsură”. Pe 9 noiembrie, Apollinaire moare de pe urma acestei gripe. Pe 11 noiembrie, *Le Journal* titrează încă: „Gripa, ca și nemții, a intrat în derută”. Edmond Rostand moare și el de pe urma ei, pe 2 decembrie.

Pe 12 noiembrie 1918, Gaumont proiectează primul film de actualități în culori, care prezenta defilarea trupelor aliate victorioase pe Champs-Élysées.

1. Émile Zola, *Banii*, traducere din limba franceză de E. Fronescu, Editura de Stat pentru Literatură și Artă, București, 1951, p. 249 (n. tr.).

[2.](#) *Ibid.*, p. 250 (n. tr.).

[3.](#) *Ibid.*, p. 252 (n. tr.).

[4.](#) *Ibid.* (n. tr.).

[5.](#) *Ibid.* (n. tr.).

[6.](#) *Ibid.*, p. 356 (n. tr.).

[7.](#) Adresată președintelui Franței, Félix Faure, lunga scrisoare deschisă semnată de Émile Zola, care avea să devină celebră, îl acuza pe acesta pentru condamnarea unui nevinovat și lăsarea în libertate a celui vinovat, cerînd insistent deschiderea unui nou proces. Scrisoarea se încheia cu un *J'attends* („Aștept”), după o serie de acuzații directe (*J'accuse...*), vizîndu-i explicit pe ministrul Apărării, pe șeful Statului-Major al armatei și pe încă cîțiva generali. Procesul intentat lui Zola pentru calomnie scoate la iveală toate erorile din procesul căpitanului Dreyfus, determinînd rejudecarea sa, urmată de reabilitarea și grațierea lui. Alfred Dreyfus va fi reintegrat în armată cu gradul de maior (abia în 1906!). Participă la Primul Război Mondial, i se acordă gradul de locotenent-colonel și este decorat cu Legiunea de Onoare (n. tr.).

Capitolul 9

A citi în continuare, a auzi în sfârșit, a vedea în curînd

1919-1945

Cum să transmiți altceva decît texte scrise? Dintotdeauna, vocea s-a transmis prin strigăte repercutate dintr-o vale în alta; de la sfîrșitul secolului al XIX-lea, prin intermediul gramofonului și al telefonului. Dintotdeauna, imaginea s-a transmis prin desenele de pe pereții peșterilor, apoi prin intermediul tablourilor; începînd de la mijlocul secolului al XIX-lea, prin intermediul fotografiei, apoi al cinematografului. După Primul Război Mondial, vocea începe să fie difuzată prin intermediul radioului; datorită lui, muzica și informațiile ajung în cele mai îndepărtate locuri ale modernității occidentale. Televiziunea va apărea puțin mai tîrziu.

Presa începe prin a combate această concurență, apoi o lasă să se dezvolte și colaborează cu ea. De fapt, creșterea demografică și economică mondială era de așa natură, încît, timp de aproape un secol, a fost loc și pentru unii, și pentru alții, atît în termeni de audiență, cît și de publicitate.

Și totuși, aceste noi instrumente ale libertății de exprimare nu vor împiedica un mare număr de democrații să basculeze în dictatură: un ziar sau un post de radio nu poate face nimic în fața unei mitraliere.

Ca și în capitolele precedente, datele numerice referitoare la canalele media evocate aici sînt furnizate de ele înseși sau de surse care sînt apropiate de ele și, în mod inevitabil, foarte aproximative.

Presă americană se reînnoiește: *newsmagazines*

Marile ziare apărute în ultimele decenii ale secolului al XIX-lea primesc din ce în ce mai multă publicitate, în special pentru mărcile de produse alimentare și de echipamente pentru uz casnic; ceea ce le dă posibilitatea de a-și spori numărul de pagini, de a-și lărgi cîmpul de informare și de a-și diversifica conținuturile, cu o preferință marcată pentru investigațiile polițienești, faptele diverse, sport și viața locală. Asistăm și la nașterea a numeroase titluri noi, în special săptămînale.

În 1923 este creat primul *newsmagazine*: *Time*, un săptămînal de 70 de pagini, vîndut cu 15 cenți. Este înființat de Henry Luce, fiul unui misionar, crescut în China; muncitor înverșunat, foarte ostil democraților și a sindicaliștilor, acesta va constitui treptat un mare grup de presă. Îl creează împreună cu Briton Hadden, care conducea ziarul campusului

din Yale și va fi primul redactor-șef de la *Time*, pînă la moartea sa, la 31 de ani, în 1929.

În 1926, la moartea întemeietorului său, grupul George Scripps număra 32 de ziare în diverse orașe, cîteva ziare sindicale și *comic strips* (precum *Dilbert*, *Marmaduke*, *Peanuts*, *Nancy* și *Garfield*). Pe atunci, era al doilea mare grup de ziare din Statele Unite, după cel al lui Hearst.

Începînd din octombrie 1929, presa face tot ce îi stă în putere pentru a minimaliza criza economică, care de altminteri abia începea, în rubricile sale de informații de pe piața bursieră: vineri, 25 octombrie 1919, *New York Daily News*, cotidian creat în urmă cu zece ani, titra pe prima pagină: „Criza bursieră s-a încheiat. Am trecut prin tot ce este mai rău. Dumnezeu nu va lăsa să se întîmple ceva și mai rău decît cele petrecute ieri la Bursă”.

Totuși, criza era departe de a se fi încheiat; între 1929 și 1933, economia americană se prăbușește, veniturile din publicitate ale ziarelor scad cu circa 40%; numeroase titluri dau faliment sau fuzionează cu altele.

În februarie 1930, Henry Luce creează *Fortune*, publicație lunară cu profil economic. În 1932, Arthur Nielsen inventează un indice pentru a măsura vînzarea cu amănuntul a alimentelor și medicamentelor: acesta este începutul studiilor de piață (de altfel, termenul este creat de Nielsen).

Odată ales, în noiembrie 1932, F.D. Roosevelt modifică radical raporturile dintre președinție și presă. Spre deosebire de predecesorii lui, foarte necomunicativi, el susține săptămînal două conferințe de presă și îi lasă pe reporterii de presă și radio să intre în culisele Casei Albe, mergînd pînă a le dicta șapourile articolelor lor, adaptîndu-se la linia editorială a

fiecărui ziar și jucînd poker cu reporterii care-l însoțeau în deplasări.

În 1936, Henry Luce preia *Life* și îl transformă într-o revistă săptămînală specializată în fotoreportaj. Apoi adaugă și alte reviste grupului său: *Sports Illustrated*, *Newsweek* și *US News*.

În același an, un preot catolic, părintele Charles Edward Coughlin, care întemeiase în urmă cu doi ani National Union for Social Justice, o organizație politică de inspirație fascistă, lansează revista *Social Justice*, cu aceleași idei ca ziarul lui Ford. Cîștigă rapid un milion de cititori.

În 1938, presa americană depășește criza: în 1940, tirajul cotidienele americane este de 41 de milioane de exemplare, față de 20,5 milioane în 1920.

Presa lorzilor

Presa britanică iese, la rîndul ei, într-o stare excelentă din Primul Război Mondial. Aproape două treimi din populația britanică citește de acum tabloide, ale căror proprietari, deveniți bogați, sînt foarte puternici.

Șase dintre ei, înnobițați pentru că se îmbogățiseră, împărțeau între ei aproape toate cotidienele britanice, care erau mai toate tabloide: lordul Beaverbrook, lordul Rothermere, lordul Camrose, lordul Kemsley, lordul Northcliffe și lordul Astor.

Lordul Beaverbrook, născut în Canada, cu numele Max Aitken, este înnobilit pe 23 ianuarie 1917, la cererea lui Lloyd

George. El deține *Daily Express*, ziarul cel mai vândut din țară (care trece de la 40 000 de exemplare în 1919 la 2 329 000 în 1937), *Evening Standard* și *Sunday Express*. În anii 1930, dezvăluie în ziarele sale legătura dintre regele Eduard al VIII-lea și Wallis Simpson, provocând abdicarea regelui.

Lordul Rothermere, născut la Londra, cu numele Harold Harmsworth, este înnobilit în 1914. La moartea fratelui său, în 1922, devine acționar majoritar la *Daily Mail* și la *Daily Mirror* (care avea în acel moment un tiraj de trei milioane de exemplare); în anul următor, preia grupul de ziare al lordului Hulton, ceea ce îi conferă controlul asupra a trei ziare naționale de dimineață, trei ziare naționale de duminică, câteva ziare de seară din Londra, patru cotidiene de provincie și trei ziare de provincie care apăreau duminica. Foarte legat de o prințesă austro-ungară, Stephanie von Hohenlohe, se împotrivește oricărei ostilități la adresa Germaniei, chiar și după venirea lui Hitler la putere.

Frații William și Gomer Berry (ambii înnobiți: unul devine baronul Camrose, celălalt, baronul Kemsley) posedau, între altele, *News Chronicle*.

Lordul Northcliffe mai posedă și *Times*, citit de elita intelectuală și politică. În 1920, ziarul denunță un „pericol evreiesc” și cheamă, precum Henry Ford în Statele Unite, la „o examinare amănunțită a *Protocoalelor înțelepților Sionului*”. La moartea lui, în 1922, *Times* este vândut lordului Astor.

Lordul Astor, după câteva isprăvi sportive, îl păstrează pe același redactor-șef de la *Times*, Geoffrey Dawson, pînă în 1941 și menține linia antisemită și conservatoare a ziarului. Va rămîne președinte al ziarului pînă în 1959, cînd fiul lui, Gavin, va prelua ștafeta.

Lorzii aceștia erau temuți de politicieni; în 1928, Stanley Baldwin, care conducea Partidul Conservator și îl detesta pe lordul Beaverbrook, îi denunță acuzându-i că dețineau „puterea fără nici o responsabilitate, ceea ce constituie, de fapt, prerogativa prostituatei de-a lungul timpului”.

În 1930, *News Chronicle* se naște din fuziunea între fostul *Daily News*, *Daily Chronicle* și *Westminster Gazette*. Proprietate a lordului Beaverbrook, ziarul depășește 1,4 milioane de exemplare în 1939.

Ziarele englezești continuă să considere, în cea mai mare parte, că antisemitismul lui Hitler era justificat sau că nu reprezenta decît un argument de propagandă care nu trebuia luat în serios. În august 1930, cînd Hitler se apropia de putere, *Times*, care era pe atunci tribuna privilegiată a lui Neville Chamberlain și a lui Stanley Baldwin, promova o atmosferă de destindere.

Puține sînt ziarele precum *Manchester Guardian*, care îndrăznește să scrie în 1931 că Germania nu mai este o țară sigură pentru evrei. Iar cînd, în 1933, un corespondent al ziarului *Times* în Germania, Stanley Simpson, trimite un articol care dezvăluia deschiderea primului lagăr de concentrare de la Dachau, redactorul-șef refuză să-l publice.

În toată această perioadă, cotidienele continuă să fie afaceri foarte rentabile: tirajul lor trece de la 5,4 milioane de exemplare în 1920 la 11,5 milioane în 1939. Tirajul presei de provincie trece de la 2,5 la 6 milioane.

În acest timp, în India engleză, Mohandas Gandhi se lansează și el în ziaristică și înființează săptămînalele *Hajiran*, apoi *Young India*, în care scria, pe 2 iulie 1925: „Am ales să devin ziarist, nu din plăcere, ci pentru a îndeplini ceea ce eu

consider că trebuie să fie misiunea mea pe pământ”. O va transforma într-un instrument politic, astfel încât este chiar ales Omul Anului de *Time*, în 1930, după „Marșul sării”¹, etapă majoră în drumul spre independență al acestei colonii britanice.

O presă franceză în proces de reînnoire: Albert Londres, Alexandra David-Néel și *Le Canard enchaîné*

Invers decît presa britanică și americană, o foarte mare parte a presei franceze iese discreditată din Primul Război Mondial, pentru că slujise, fără nici un fel de distanțare, drept instrument de propagandă guvernului francez și pentru că negase epidemia ucigătoare din 1918. În plus, ziarele sufereau de pe urma creșterii prețului hîrtiei și a costurilor salariale, care deveniseră mai apăsătoare după o mobilizare sindicală în 1919. Tirajul cotidienele stagnează, publicitatea nu se mișcă. Cîteva grupuri de presă continuă totuși să fie afaceri rentabile, iar proprietarii lor încă obțin venituri considerabile de pe urma lor. Totuși, ele rămîn foarte dependente de puterea politică și de venituri uneori imposibil de mărturisit; în 1919, cînd un tînăr ziarist talentat de la *Le Petit Journal*, Albert Londres, relatează că „italienii sînt foarte nemulțumiți de condițiile de pace dictate de Clemenceau, Lloyd George și Wilson”, este dat afară, pare-se la cererea lui Clemenceau.

Primul ziar francez continuă să fie *Le Petit Parisien*. În 1919, la decesul întemeietorului său, Jean Dupuy, căruia îi iau locul fiii săi Paul și Pierre, avea un tiraj de peste două milioane de exemplare și se lăuda că ar fi atins „cel mai mare tiraj din lume” (ceea ce era exagerat, dacă ținem cont de tirajele principalelor tabloide engleze și americane).

Cele mai citite două ziare de dreapta erau pe atunci *L'Écho de Paris* al lui Henri Simond, cu 500 000 de cititori, și *L'Intransigeant* al lui Léon Bailby, cu 300 000 de cititori. *La Croix* continuă să fie marele organ catolic francez de presă; tirajul lui este stabil, în jur de 170 000 de exemplare. *Le Temps* rămîne organul oficios al patronatului, fără să depășească 75 000 de exemplare. *L'Action française*, foarte susținut de Léon Daudet, face regulat apel la subscripții, pentru „a lupta împotriva aurului evreiesc”; continuă să fie un ziar foarte citit (tirajul său variază între 50 000 și 100 000 de exemplare) pînă la condamnarea sa de către papa Pius al XI-lea în 1926, pentru că redactorii săi se declarau uneori a fi agnostici, ba chiar atei. Ziarul își pierde atunci jumătate din cititori, iar aderenților Acțiunii Franceze li se interzic sacramentele. Ziarul *L'Œuvre* al lui Gustave Téry este cel mai puternic organ de presă al radicalismului, împreună cu *La Dépêche* (din Toulouse), *La France de Bordeaux et du Sud-Ouest* și *Le Progrès* (din Lyon). SFIO² (rămasă fără *L'Humanité*, care trecuse în 1920 în mîinile comuniștilor de la SFIC³) se sprijină pe *Le Populaire de Paris* și pe *Le Quotidien*. Raymond Patenôtre controlează grupul Omnium Républicain de la Presse, care reunea *L'Express de l'Est*, *Le Petit Niçois*, *Le Petit Var* și *La Gazette de Seine-et-Marne*. În cazul tuturor acestor ziare, nevoia de publicitate determină înmulțirea noilor rubrici specializate în cărți, sport,

modă, bucătărie, cinema... Presa financiară continuă să fie mîrșavă.

Invers față de presa cotidiană, care stagnează, presa revuistică, periodicele literare și artistice, sportive, feminine, ilustrate, politice, mai ales de dreapta, cîștigă în importanță.

Mai întîi, în 1919, *Le Canard enchaîné*, care apăruse cu trei ani în urmă și devenise doar pentru cîteva numere, în 1918, *Le Canard libre*, redevine definitiv *enchaîné*, după ce trecuse printr-o cenzură. În același an, Eugène Merle, care înființase în 1906 săptămînalul antimilitarist *La Guerre sociale* (unde lucrase Maurice Maréchal, întemeietorul lui *Le Canard enchaîné*), lansează *Le Merle blanc*, imitînd denumirea lui *Le Canard enchaîné*: succes fulgerător și efemer. În 1923, Merle lansează *Paris-Soir*, apoi este amestecat, ca atîția alți ziariști ai vremii sale, în afaceri de șantaj și escrocherie; intervine justiția și este condamnat la doi ani închisoare pentru extorcere de fonduri.

Apar și noi săptămînale: *Candide*, lansat de Arthème Fayard, *Gringoire*, foarte anglofob și antisemit, și *Les Nouvelles littéraires*.

Presa feminină se extinde cu *Vogue*, *Femina*, *Le Petit Écho de la Mode*.

În 1922, la cererea agenților publicitari, este creat Office de Justification du Tirage (OJT)⁴, controlat de editorii din presă, pentru a se putea afla în sfîrșit, într-o manieră cît de cît credibilă, cifrele tirajelor și vînzărilor de ziare.

Trei realizări:

În 1923, Albert Londres, care se întoarce de la Moscova cu un reportaj foarte ostil la adresa Uniunii Sovietice, apoi din China și India, unde le-a luat interviuri lui Gandhi și Tagore,

devine și mai cunoscut printr-o investigație pentru *Le Petit Parisien* despre ocnele din Cayenne; grozăviile pe care le denunță provoacă o enormă emoție, dar nu încă și reforme.

În 1924, *L'Humanité* publică corespondența unui anume Raffalovitch, reprezentant al Ministerului de Finanțe rus de la ambasada Rusiei din Paris, care confirma finanțarea, între 1900 și 1914, a principalelor ziare franceze de către Rusia țaristă pentru a sprijini emisiunile de împrumuturi rusești niciodată restituite.

În 1925, o ziaristă de excepție, Alexandra David-Néel, care scria în acea perioadă mai ales pentru reviste savante (*La Fronde*, *Le Mercure de France*, *Le Lotus bleu*, *Revue théosophique*, *L'Idée libre*), devine personajul principal al articolului de fond din numeroase ziare pentru că reușise să pătrundă în orașul interzis Lhasa, deghizată în călugăr.

În 1927, ziaristul Bernard Lecache (fost ziarist la *L'Humanité*, *Marianne*, *Le Quotidien*, *L'Œuvre*, *La Volonté*...) întemeiază Liga Internațională împotriva Antisemitismului și propriul ziar, *Le Droit de vivre*, unde denunță actele antisemite, care se înmulțeau în Europa.

În 1928, Lucien Vogel (a cărui soție, Cosette, era sora lui Jean de Brunhoff, creatorul lui *Babar*⁵), care lansase mai multe ziare și condusese *Vogue*, înființează, împreună cu cumnatul său Michel de Brunhoff, *Vu*, primul mare ziar francez ilustrat cu fotografii. Splendidă revistă. Când ziarul se angajează împotriva franchismului și național-socialismului, publicitatea se retrage și Vogel este înlăturat. Una dintre ficele lui, Marie-Claude, se va căsători cu Paul Vaillant-Couturier, redactorul-șef de la *L'Humanité*, și va deveni o eroină a Rezistenței franceze.

În mai 1928, parfumiерul François Coty, care preluase *Le Figaro*, lansează *L'Ami du peuple*, cu un tiraj de 800 000 de exemplare; apoi preia *Le Gaulois*, îl face să fuzioneze cu *Le Figaro* și îl transformă într-un ziar anticomunist, antisemit, xenofob și profascist. Inserează în ziar cuvinte încrucișate, dezvoltă toată partea economică și rubrica de sport și divertisment.

Odată cu criza economică, agenția Havas își pierde și mai mult puterea și devine tot mai dependentă de stat.

În 1930, *La Libre Parole*, ziar antisemit înființat în 1892 de Drumont și care dăduse faliment, re apare sub conducerea lui Henry Coston. În același an, Jean Prouvost, un industriaș din Nord, preia titlul *Paris-Soir*; el îi angajează pe Jean Cocteau ca reporter internațional, pe Colette pentru faptele diverse, pe Georges Simenon pentru afacerile criminale și, în calitate de corespondenți de război, pe Joseph Kessel, Blaise Cendrars și Antoine de Saint-Exupéry. Îl transformă într-un cotidian de calitate, cu reclame fotografice. În 1931, tirajul este de 134 000 de exemplare.

În 1932, Albert Londres moare în largul coastelor Adenului, în misteriosul incendiu al pachebotului care-l aducea din China, unde efectuase o îndelungată investigație privind Războiul Sino-Japonez. După cinci ani, oca din Cayenne, pe care o denunțase în atâtea rânduri, este închisă.

În 1933, contele Charles de Breteuil creează, în Senegal, săptămînalul *Paris-Dakar*, care devine în 1936 primul cotidian din Africa Subsahariană; el se inspiră din modelul *Paris-Soir* al lui Jean Prouvost. Creează apoi *Paris-Congo* și *Paris-Tanai*, în 1936, precum și *Paris-Bénin*, în 1938; apoi *Abidjan-Matin*, *La*

Presse du Cameroun, La Presse de Guinée, Afrique matin, Dakar jeunes...

În 1934, François Coty moare; văduva lui îl numește la conducerea lui *Le Figaro* pe Lucien Romier, antiparlamentar și pacifist, care va deveni peste șase ani ministru al lui Pétain.

În același an, adică la zece ani după dezvăluirea scandalului împrumuturilor rusești, este creat un Oficiu de Control al Anunțurilor, însărcinat să semnaleze agenții publicitari dubioși. În anul următor, legea Brochard creează un statut profesional de ziarist și impune legitimația de presă.

În 1936, tirajul lui *Le Canard enchaîné* atinge 200 000 de exemplare, iar influența lui este în creștere. Presa comunistă are tiraje mai mari decât cea a SFIO. Guvernul lui Léon Blum asumă integral deficitul agenției Havas și impune un control asupra a ceea ce relatează ea, în special despre Războiul Civil din Spania.

În 1937, Prouvost lansează *Marie-Claire* și *Paris-Midi*; apoi preia *Match*, pe atunci supliment sportiv al lui *L'Intransigeant*, și îl transformă într-o revistă generalistă, care, după numai un an, atinge un tiraj de 1,1 milioane de exemplare. Asemenea celorlalți europeni și americanilor, francezii voiau să vadă fotografii, reportaje publicitare, actori de cinema. Înainte de toate, ei voiau să se distreze în acea perioadă întunecată.

În 1939, *Le Petit Parisien* rămîne la un tiraj de două milioane de exemplare; chiar dacă este ziarul care primea cea mai mare cantitate de publicitate, aceasta nu reprezenta decât 17% din veniturile sale. *Le Matin* avea un tiraj de 300 000 de exemplare; *Le Journal* de 400 000; *Le Petit Journal* nu mai avea decât un tiraj de 175 000 de exemplare.

Nouă cotidiene de provincie depășeau 150 000 de exemplare, printre care *Ouest-Éclair* din Rennes (350 000, ceea ce îl transformă în al treilea cotidian francez), *Le Petit Dauphinois* din Grenoble (280 000) și *Progrès de Lyon* (220 000). Nu mai existau decât 32 de cotidiene la Paris și 175 în provincie.

Presa germană, în slujba ascensiunii la putere a naziștilor

Începînd din 1919, într-o Germanie învinsă, unde republica era împărțită între nenumărate curente, Agenția Continentală fuzionează cu Telegraphen Union a lui Alfred Hugenberg, patronul lui Krupp, care făcuse avere în timpul războiului și care reușește, într-un interval de cîțiva ani, să construiască un enorm conglomerat de ziare (*Der Tag*, *Berliner Lokal Anzeiger*, *Die Woche*, *Der Kinematograph*, *Denken und Raten*, *Gartenlaude*), edituri, case de producție cinematografică (în jurul lui Universum Film AG) și publicitate. El înființează, în 1918, și DNVP (Deutschnationale Volkspartei), un mic partid apropiat de NSDAP⁶-ul lui Adolf Hitler. În august 1919, la München, Rudolf Glauer creează un săptămînal, *Münchener Beobachter*, care devine *Völkischer Beobachter* (*Observatorul popular*), vîndut societății secrete Thule, apoi cumpărat de NSDAP în 1920. Devine cotidian în 1923. Apoi totul se prăbușește, în perioada hiperinflației. Ziarele supraviețuiesc de bine, de rău. În special ziarele de opinie.

În 1928, în timp ce Germania pare că iese din criză, presa socialistă încă numără peste 200 de titluri cu tiraj foarte mic. Partidul comunist avea vreo sută de publicații, printre care *Illustrierte Arbeiter-Zeitung*, revistă celebră pentru fotomontajele sale. Presa catolică număra aproape 450 de titluri, printre care *Germania* și *Kölnische Volkszeitung*. Naziștii nu dețineau în acel moment decât sub 3% din cele 4 700 de ziare germane.

În 1930, Hugenberg, care controla acum, direct sau indirect, aproape un sfert din presa germană, se pune în slujba lui Adolf Hitler. Devine chiar, în martie 1933, ministru al Economiei și Alimentației, sperînd, ca mulți alții, că acesta nu va rămîne mult timp la putere. În mai 1933, Hugenberg este exclus din guvern, partidul lui este dizolvat și el trebuie să-și cedeze toate întreprinderile naziștilor. O dată mai mult, armele se dovedeau mai convingătoare decât cuvintele și chiar și decât banii.

Numeroase ziare liberale, printre care *Tageblatt*, sînt interzise sau confiscate de partidul nazist; editura Ullstein și agenția Mosse sînt închise. Caricaturistul Emil Stumpp, care îndrăznise să facă un portret al fîhrerului ce îi displicuse lui Hitler, în *Dortmunder General-Anzeiger*, este arestat, eliberat, apoi arestat din nou și va muri în închisoare. Ziarul unde lucra este închis.

Încă din iulie 1933, nu mai rămăseseră decât 1 200 de ziare, față de 4 700 în 1928 și 2 700 în ianuarie 1933. În octombrie 1933 este promulgată „Legea editorilor”, care îi înlocuia pe toți editorii de ziare și cărți cu funcționari de stat, înregistrați pe lîngă o asociație națională a presei, de acum înainte singura abilitată să-i acrediteze pe ziariști. Societatea Eher

Verlag, condusă de un prieten foarte apropiat al führerului, Max Amann, devine editura partidului nazist; ea controlează direct sau indirect, sub autoritatea lui Goebbels, două treimi din ziarele germane, dintre care multe continuă să fie oficial deținute de foștii lor proprietari, care se supun plini de zel directivelor naziste. (Max Amann va muri de altminteri în patul lui, la doisprezece ani după sfârșitul războiului.)

Printre ziarele partidului nazist: *Der Völkische Beobachter*, *Der Stürmer*, săptămînal publicat de Julius Streicher, *Der Angriff*, condus de Goebbels și care îi denunța zilnic pe evrei și publica caricaturile antisemite ale lui Hans Schweitzer; *Neues Volk*, publicație lunară a Biroului de Politică Rasială, răspundea doct la întrebările cititorilor privind „relațiile rasiale acceptabile”; ziarul feminin *NS Frauen Warte* arăta că rolul femeilor din statul nazist consta în creșterea copiilor; revistele pentru băieți (*Der Pimpf*) îi încurajau pe aceștia să se îndrepte spre armată, în timp ce altele, pentru fete (*Das Deutsche Mädel*), le recomandau acestora să devină „femei de nădejde naziste”, pregătindu-se să se ocupe de copii și să-i îngrijească pe răniți. Existau și reviste care se voiau mai „intelectuale”, precum *Das Schwarze Korps* sau *Das Reich*.

Presa niponă, în slujba militarismului

În septembrie 1931, cînd armata japoneză invadează Manciuria, ziarele nipone care susțin invazia se vînd foarte bine; vocile disidente sînt puțin numeroase; în noiembrie 1931, unul dintre rarele ziare de opoziție, *Kaizo*, care acuza

armata că ar fi dat o „dublă lovitură de stat” împotriva guvernului de la Tokyo și împotriva guvernului Chinei, este închis, iar ziariștii săi sînt întemnițați.

În mai 1932, prim-ministrul Inukai Tsuyoshi este asasinat, iar armata își întărește controlul asupra sistemului politic și asupra presei. Începînd din 1936, un comitet pentru informație și propagandă și un departament de supraveghere a publicațiilor le cer ziariștilor să denunțe public în articolele lor „dorința americanilor și a britanicilor de a guverna lumea”.

Cenzura era absolută: o directivă guvernamentală interzicea orice articol de presă sau fotografie „defavorabile” armatei imperiale. De asemenea, erau interzise orice „articol sau fotografie înfățișînd atrocități”, cu excepția articolelor sau fotografiilor care denunțau „cruzimea soldaților și a civililor chinezi”. În iulie 1936, la Kyoto, cîțiva universitari francofoni încearcă să publice clandestin un săptămînal, *Doyobi* (care înseamnă „sîmbătă”, aluzie la ziarul *Vendredi*⁷, săptămînal ce susținea în acea vreme Frontul Popular⁸ din Franța). Ziarul publica articole culturale, de divertisment, antifasciste și pacifiste. Nu se vindea decît în „Salon de Thé François”, unde se adăpostea Partidul Comunist Japonez, care era interzis în acea vreme. După cîteva săptămîni, redactorii sînt arestați, iar ziarul este interzis.

În iulie 1937, cînd începea al Doilea Război Sino-Japonez, iar Pekinul cădea în mîinile japonezilor, proprietarul și redactorul-șef al celui mai important ziar chinez, *Zhongyang Ribao* (*Știri cotidiene centrale*), ziar oficial al Kuomintangului, publicat la Shanghai începînd din 1928, este asasinat, iar ziarul este preluat de colaboratori japonezi.

Presa fascistă italiană

Încă de la începutul anilor 1920, fasciștii iau controlul asupra presei italiene. Alfredo Frassati de la *La Stampa* și Luigi Albertini de la *Corriere della Serra* sînt obligați să cedeze conducerea ziarelor lor, cele mai importante din Peninsulă, unor persoane apropiate de Mussolini.

În 1924, ziariștii sînt obligați să se înscrie în sindicatul fascist.

În ianuarie 1925 apar sporadic unele ziare clandestine, precum *Non Mollare* (*Nu cedați*), tipărit în 25 000 de exemplare de frații Carlo și Nello Rosselli. Denunțați de un tipograf, aceștia sînt arestați și asasinați.

În 1926 este creat la Roma „Institutul Național pentru Bunăstarea Ziariștilor Italieni”, prezidat de fratele Ducelui. În acel an, ziarul socialist *Avanti!*, interzis, apare din nou, publicat la Paris. Începînd din 1928, un decret al Ministerului Justiției interzice publicarea oricărui ziar independent față de partidul fascist; știrile politice ce puteau fi publicate erau difuzate zilnic redacțiilor de Ministerul Culturii Populare. În 1929 este înființată la Roma o „Școală a Ziariștilor Fasciști”.

În 1939, *Il Corriere* și *La Stampa*, devenite fasciste, continuau să fie principalele ziare ale țării (*Corriere della Serra* cu 597 000 de exemplare și *La Stampa* cu 300 000). Dintre celelalte ziare populare, *Gazzetta del Popolo*, cu un tiraj de 300 000 de exemplare, este primul cotidian în culori din Italia.

Presa sovietică, primul sistem mediatic totalitar modern

Cînd regimul țarist se prăbușește, 90% din populația rusă nu știa nici să citească, nici să scrie. Puținele ziare existente trec sub controlul bolșevicilor. Gazetele de opoziție sînt suprimate. Pe 17 noiembrie 1918, primul Congres al Ziariștilor Sovietici fixează obiective clare: „Presa sovietică este în totalitate dedicată îndeplinirii actualei misiuni fundamentale: cea de a instaura dictatura proletariatului”.

Începînd din 1922, Glavlit (abreviere a denumirii rusești pentru Direcția Centrală pentru Literatură și Tipărituri) autorizează sau refuză publicarea oricărei cărți și oricărui ziar. Sînt scutite de controlul ei doar presa de partid și editurile Cominternului.

În 1925, agenția de presă rusă, APT, își schimbă numele în TASS (Telegrafnoe Aghentstvo Sovetskogo Soiuza, Agenția Telegrafică a Uniunii Sovietice). Va reprezenta singura sursă de informații pentru media în URSS și despre URSS în străinătate. Pentru prima dată de la revoluția industrială, ansamblul canalelor media ale unei țări este pus sub controlul unui guvern.

Izvestia (Știri) se transformă în vocea guvernului; *Pravda* (Adevărul), în vocea partidului. *Trud* (Munca) devine vocea Consiliului Central al Sindicatelor; poeți și scriitori precum Vladimir Maiakovski scriu în acest ziar. *Steaua roșie* își propunea să apropie armata de popor. Printre celelalte ziare: *Bednota* (Poporul sărac), un cotidian pentru țărani, publicat de Comitetul Central al Partidului Comunist, la Moscova; *Jizn'*

Național' nostei (*Viața naționalităților*), publicat de Comisariatul pentru Naționalități; și un ziar în idiș (care mai există și astăzi), *Birobidjaner Štern* (*Steaua Birobidjanului*).

Toate ziarele acestea trăiau în mică măsură din abonamente și vânzări, în foarte mică măsură din publicitate și masiv din subvențiile publice. Era cu atât mai ușor cu cât o directivă preciza că orice membru al Partidului Comunist trebuia să fie abonat la o revistă sau un ziar de partid.

În 1936, tirajul *Pravdei* era de 1,9 milioane de exemplare; cel al *Izvestiei*, de 1,6 milioane de exemplare. *Pravda* era difuzată pe ansamblul imensului teritoriu în aceeași dimineată, ceea ce ziarele americane nu erau încă în stare să facă. În total, existau 45 de titluri cu un tiraj global de 9,7 milioane – în orice caz, când exista hîrtie...

Un cutremur: radioul, mai întîi în America

Și iată că apare vocea; un cu totul alt fel de a difuza informațiile. Uriașă mutație: muzica, teatrul, meciurile, artiștii, sportivii, politicienii, ziariștii, oamenii obișnuiți se puteau face auziți. Numai că radioul, prin însăși natura lui, este gratuit, din moment ce nu este posibil să-l faci să plătească pe cel care-l ascultă; singurele venituri posibile rămîn atunci subvențiile publice, o redevență sau publicitatea. În orice caz, în principiu, pentru că, în Statele Unite ca și în alte părți, ziarele, atotputernice, vor face tot ce le stă în putere, ani de-a rîndul, pentru a îngreuna concurența posturilor de radio.

În 1919, radioul, utilizat de US Navy pentru a difuza muzică în timpul războiului, reușește să transmită vocea umană din Irlanda spre America. La cererea US Navy, General Electric răscumpără filiala americană a lui Marconi și creează Radio Corporation of America (RCA). Receptoarele erau puțin costisitoare și ușor de produs.

Apoi guvernul american obligă US Navy să lase controlul radioului în seama sectorului privat; stațiile se înmulțesc: prima, în martie 1920, este California Theatre, la San Francisco. Pe 2 noiembrie 1920, o stație din Pittsburgh retransmite în direct, pentru prima dată, rezultatele unor alegeri prezidențiale, cele care se încheie cu victoria lui Calvin Coolidge.

Unele grupuri de presă vor atunci să pună mîna pe acest nou canal media, a cărui importanță o intuiesc. La sfîrșitul anului 1920, nepoții lui Scripps, care preluaseră imperiul unchiului lor, creează WWJ, primul post de radio din lume cu flux continuu de informații, bazat pe știrile produse de redactorii ziarelor lor. În 1922, 69 de ziare difuzează muzică și cîteva informații prin stațiile de radio create de aceștia.

Dar mulți sînt ostili față de acest nou mijloc de divertisment și de informare: muzicienii, editurile muzicale și organizatorii de concerte se temeau ca nu cumva faptul de a se produce la radio să dăuneze concertelor și discurilor lor. Patronii de presă și ziariștii se temeau că, în acest fel, oamenii s-ar fi putut îndepărta de ziare și doreau ca posturile de radio să nu aibă acces la informații înainte ca ziarele să fie difuzate abonaților.

În 1922, Herbert Hoover, pe atunci secretar la Comerț sub președintele Coolidge, instaurează obligația cumpărării de la

statul federal a unei licențe pentru a intra în posesia unui post de radio; guvernul o putea anula în cazul încălcării unor reguli foarte neclare; este ceea ce se va numi „reglementarea sprîncenelor încruntate”. Ele favorizau posturi de radio care nu dădeau informații și care erau reunite în rețele bine controlate. Era revenirea la o formă subtilă de cenzură, care făcea din radio un canal media muzical și inofensiv din punct de vedere politic.

Încă din 1922, RCA, prima rețea creată cu trei ani în urmă de General Electric, difuzează mai ales muzică clasică și foarte puține informații, pentru foarte puțini auditori.

Patru ani mai târziu, RCA își creează propriul concurent, NBC, avînd drept coacționari AT&T și Westinghouse. Conducerea îi este încredințată lui David Sarnoff, unul dintre puținii operatori radio care rămăseseră în legătură pînă la capăt cu *Titanicul* în aprilie 1912. Sarnoff lansează primul foileton radiofonic, *Amos'n' Andy* (două persoane de culoare, care lucrau într-o fermă de lîngă Atlanta, încearcă să-și facă o viață mai bună la Chicago). Apoi NBC se împarte la rîndul său în două programe diferite: Red Network, care difuzează programe muzicale și de divertisment, și Blue Network, care propune mai curînd informații generale și emisiuni culturale. Peste tot apar și posturi de radio locale, puțin ascultate dacă rămîneau neafiliate la una dintre cele două mari rețele naționale, RCA și NBC.

În 1927, șapte milioane de familii americane dispuneau de un aparat de radio cînd Radio Act stabilește regulile de conduită: interdicția de a utiliza un vocabular obscen și limitarea informației la cîteva minute pe zi.

În același an, Arthur Judson, violonist, dirijor de orchestră și agent artistic din New York, cumpără o stație de mică putere de la ABC și formează o rețea de șaisprezece stații sub numele United Independent Broadcasters. O finanțează vânzând unor mărci dreptul de a da numele lor unor emisiuni: este începutul sponsorizării în cadrul unui canal media. Câteva stații locale urmează acest exemplu și, în particular, un post de radio local din Philadelphia lansează emisiunea „Miss la Palina”, finanțată de o întreprindere locală de țigări de foi, La Palina, proprietate a familiei Paley; în anul următor, familia preia rețeaua de la Arthur Judson, încredințând gestionarea acesteia fiului, Bill Paley, care se dovedește a fi un geniu al divertismentului și publicității. Va fi directorul general al CBS până în 1946 și președintele său până în... 1983.

În 1929, radiourile încă nu difuzau decât foarte puține informații pe zi. Ele nu dispuneau de propriile ziare și erau alimentate doar de ziarele și depeșele agențiilor; nu propuneau decât două emisiuni de informații de câte cinci minute – una dimineața târziu și cealaltă seara târziu, în așa fel încât auditorii să fi cumpărat deja măcar un ziar...

Toate informațiile pe care le difuzau trebuiau să fie vechi de cel puțin 24 de ore și nici una nu trebuia să depășească 30 de cuvinte; în sfârșit, fiecare buletin de informații trebuia să se termine cu: „Pentru mai multe detalii, consultați cotidianul dvs. obișnuit!”. Greu de imaginat ceva mai descurajator!

Radioul în Europa: la ordinele puterii

În acest timp, în Europa, aproape toate guvernele, fascinate și îngrozite de acest nou mijloc de comunicare cu alegătorii lor mai curînd decît de concurența ziarelor, fac alegerea contrară: fără radiouri private; numai radiouri publice, finanțate din impozite. Și chiar și în acest caz strict controlate, strict cenzurate.

În Marea Britanie, în aprilie 1920, își face apariția primul serviciu de radio regulat european, prin intermediul unei stații create de societatea Marconi în Cornwall, care difuza două ore pe zi. În 1922, guvernul britanic creează British Broadcasting Company, singura autorizată să emită, entitate privată care aparținea în întregime statului și era finanțată numai din impozite și subordonată față de Post Office. Nu difuza decît piese de teatru, muzică și programe educative; și, ca și în Statele Unite, buletine informative extrem de limitate, la cererea lorzilor presei. În 1927, BBC încetează să mai fie o *company* de drept privat și devine o *corporation*, societate de drept public, întemeiată printr-o cartă regală. Deocamdată, foarte puțini auditori.

În Germania, pe 22 decembrie 1920, are loc prima transmisie a unui concert; în 1923 este creată, lângă Berlin, prima stație de radio, publică, Berlin-Funk Stunde AG; în 1924 sînt create Hamburg-Nordische Rundfunk și Münster-Westdeutsche Funkstunde, amîndouă finanțate printr-o taxă pe fiecare post de recepție. În 1926 este creat la Berlin Deutsche Welle GmbH. Puțini auditori și, la fel, puțină informație.

În Franța, pe 24 decembrie 1921 începe să emită prima stație de radio franceză, Radio Tour Eiffel, proprietate a statului și gestionată de PTT⁹: o jumătate de oră pe zi de prognoze meteo și cursuri ale Bursei și ale produselor agricole. Fără alte informații în afară de cele sportive. În 1925, Maurice Privat, directorul Asociației Prietenilor Turnului, creează primul jurnal vorbit, cu o durată de câteva minute zilnic. În același moment, Société Française Radioélectrique și agenția Havas sînt autorizate să creeze Raiola, primul post de radio de drept privat, redenumit, peste un an, Radio Paris, cu emisiuni pentru tineret, jocuri, emisiuni religioase, cu o orchestră de muzică de dans și buletine informative foarte concise, furnizate de Havas. În 1926, Lucien Lévy, proprietar al unei întreprinderi de receptoare radio este autorizat să creeze Radio LL. Anul următor, la Luxemburg, trei frați (François, Marcel și Aloyse Anen, proprietari ai unui magazin de aparate de radio din Luxemburg) creează Radio Luxemburg, un post de radio asociativ cu 3 ore de programe muzicale pe săptămîină. Majoritatea acestor programe sînt produse la Paris, mai întîi pe strada Ponthieu, apoi, începînd din 1936, pe strada Bayard, programele fiind apoi trimise cu trenul pînă la Luxemburg pentru a fi difuzate acolo, fără controlul autorităților franceze. În 1928, o lege interzice crearea oricărui nou post de radio privat, ceea ce îi obligă pe cei nou-veniți să răscumpere puținele licențe deja acordate. În 1929, Radio Luxemburg este somat de către guvernul francez să nu mai emită. El se conformează pentru o vreme.

În URSS, în septembrie 1922, cu ocazia celei de-a cincea aniversări a revoluției, este lansată stația de radio a Cominternului, cea mai puternică de pe continentul european

(putea emite la o distanță de pînă la 1 800 de kilometri). Un decret din 1924 obligă orice persoană particulară să declare dacă deține un aparat de radio pentru a se putea urmări că nimeni nu ascultă un post de radio străin. Cele mai mari stații erau administrate direct de stat. Cele mai mici erau supravegheate și primeau conținutul care trebuia difuzat.

Guvernul investește de asemenea mult în difuzoare, care transmiteau mai multe ore pe zi știrile primite de la agenția TASS. Ele erau instalate chiar și în hoteluri și în cămine de muncitori și era interzis să fie stinse. În 1928, existau 7 000. Guvernul utiliza puțin radioul, doar pentru a difuza discursuri politice, foarte rar în direct.

URSS număra pe atunci 29 de stații de radio, de la Moscova la Vladivostok, de la Irkuțk la Novosibirsk. Nu existau decît 115 000 de aparate de radio la 147 de milioane de locuitori.

După Marea Criză, radioul american obține dreptul de a informa

În urma crahului bursier, o treime din populația americană ajunge în șomaj; multe familii renunță la telefon și chiar, cum am văzut, la ziare, dar nu și la aparatul lor de radio, dacă posedau unul – iar în 1930, 20 de milioane aveau unul, pe care-l ascultau în medie 4 ore pe zi. Stațiile a trei rețele (RCA, CBS și NBC) nu difuzau deocamdată decît concerte, scheciuri, foiletoane, publicitate și foarte puține informații.

În 1931, Henry Luce, fondatorul ziarului *Time*, sponsorizează la CBS o emisiune de informații internaționale, „The March of Time”, avînd drept naratori actori celebri ai vremii, precum Harry von Zell: acesta este începutul a ceea ce se va numi *News-Acting*, model preluat ulterior în primele actualități cinematografice.

În ianuarie 1933, CBS oferă posturilor de radio afiliate programe dinainte elaborate, în schimbul difuzării unor mesaje publicitare, care îi aduceau mari beneficii. Bill Paley încearcă atunci să creeze o redacție. NBC vrea să urmeze exemplul. Pentru a se opune, American Newspaper Publishers Association le cere jurnaliștilor să înceteze să mai vîndă informații posturilor de radio, iar Associated Press refuză să le informeze. Urmează o criză. În decembrie 1933, NBC și CBS cedează.

În anii 1930, Archibald Crossley elaborează un sistem de măsurare a audienței radiofonice („cotele lui Crossley”): membrii unor gospodării alese la întîmplare în orașele selecționate, contactați telefonic, trebuiau să spună ce programe de radio ascultaseră recent.

Începînd din noiembrie 1932, radioul începe să joace un rol politic. Abia ales, Franklin D. Roosevelt hotărăște să se adreseze regulat americanilor, la radio: aproximativ 30 de minute pe CBS, singur, fără nici un ziarist. Este prima dată cînd americanii aud vocea președintelui lor. Obsedat de exactitate, totdeauna perfect pregătit, cu un debit lent, el le explica auditorilor politica sa, precum și evenimentele internaționale. Intervențiile acestea, care vor primi numele de *fireside chats* („discuții la gura sobei”), nu erau regulate: între 12 martie 1933 (criza bancară) și 12 iunie 1944 (începerea

unei campanii de împrumuturi de război) vor avea loc 30 de astfel de intervenții: cea mai scurtă durează 11 minute și 25 de secunde (este vorba despre intervenția din 3 septembrie 1939 privind războiul din Europa), iar cea mai lungă durează 44 minute și 27 de secunde (cea din 27 mai 1941, care anunța starea de urgență națională).

În 1934 se instituie Communication Act al FCC (Federal Communications Commission) pentru a reglementa comunicațiile pe întreg teritoriul Statelor Unite. Cererea de informații este prea mare. Înțelegînd că nu pot rezista, ziarele cedează. Spre surprinderea lor, publicitatea nu se împarte între cele două canale media. Ea crește.

În 1935, Bill Paley, patronul CBS-ului, cere unuia dintre foarte tinerii săi ziariști, Edward R. Murrow (avea pe atunci 27 de ani), să conducă noua echipă de ziariști pe care o recrutase, apoi, simțind că Istoria mondială se înfăptuia în Europa, îl trimite la Londra în calitate de director al operațiunilor europene ale CBS-ului.

În iulie 1938, Bill Paley îi cere prietenului său Herbert G. Wells să-și citească la radio noul roman, *The War of the Worlds*, care descria o invazie a extraterestrilor în New Jersey. Ca și cum ar fi fost vorba despre o informație reală. Unii auditori, încă prea puțin obișnuiți să asculte informații la radio, iau lucrurile în sens propriu. În acel moment, 32 de milioane de persoane ascultau radioul; după unele relatări, în New York a izbucnit panica. Cenzura a interzis atunci includerea unor mesaje informative false în ficțiunile radiofonice. Fără a se reveni asupra liberalizării dreptului de a informa al radioului.

În 1938, imediat după Anschluss, constrîngerile explodează: emisiunile de informații de pe CBS durează 30 de minute; 22 de milioane de americani, inclusiv președintele Roosevelt, ascultă mai ales reportajele corespondentului CBS de la Londra, Edward Murrow. În emisiunea lui cotidiană, „World News Roundup”, interveneau rînd pe rînd toți corespondenții CBS din fiecare capitală europeană. Unul dintre ei, William Shirer, care era instalat la Berlin și va deveni unul dintre cei mai buni istorici ai perioadei, va scrie că această „criză [...] a provocat apariția corespondentului radio din străinătate”.

Un sondaj din octombrie 1938 arăta că americanii recurgeau de trei ori mai mult la radio decît la ziare pentru a urmări evenimentele mondiale. 26 de milioane de gospodării aveau un aparat de radio în 1940, ceea ce însemna 343 de aparate la 1 000 de locuitori.

În Europa, radioul continuă să fie proprietate de stat

În Marea Britanie, în 1930, radioul continua să fie prost văzut de ziariști, muzicieni și actori. Unii agenți refuzau chiar să autorizeze difuzarea pieselor de teatru și a concertelor artiștilor lor de către BBC, de teamă că astfel „ar scădea valoarea artistului”. Și, în continuare, informațiile erau foarte puține. În 1930, BBC continua să fie singurul post de radio,

foarte supravegheat de către stat; în 1935, BBC cenzurează un interviu al lui Oswald Mosley (șeful Uniunii Britanice a Fasciștilor) și un altul al lui Harry Pollitt (șeful Partidului Comunist). Numărul aparatelor de radio crește de la cinci milioane în 1930 la opt milioane în 1939.

În Franța, în martie 1933, RTL, care fusese interzis în urmă cu trei ani, revine în mod clandestin, transmițând pe o frecvență neautorizată, sub numele „Radio Luxembourg Expérimental”, și difuzează zilnic concerte, informații și dezbateri în franceză, germană și luxemburgheză. La Paris nu se întreprinde nimic pentru a-l interzice. În 1933, Radio Paris lansează emisiuni filozofice, avându-l drept prim invitat pe Henri Bergson; se vorbea pe post și despre literatură, cinema, teatru.

În iulie 1933, RTL trece la opt ore de program zilnic și adaugă engleza la limbile în care era difuzat. În 1935, Alex Virot oferă la RTL primul reportaj radiofonic de război, acoperind conflictul etiopian. În același an, Marcel Bleustein (care întemeiasse Publicis în 1926) preia licența Radio LL, îi schimbă numele în Radio Cité și îl finanțează prin publicitatea pe care Publicis o plasa în intervalul dintre emisiuni. Obține de la François Louis-Dreyfus, directorul lui *L'Intransigeant*, să-i pună la dispoziție zece ziariști; și, în același timp, lansează un săptămânal de opt pagini, consacrat prezentării programelor difuzate de Radio-Cité. Acest prim ghid media are un succes uriaș. Urmează lansarea altor radiouri locale: Radio Lyon, Radio Bordeaux Lafayette, Radio Toulouse, Radio Normandie, PTT Marseille-Provence, PTT Toulouse-Pyrénées, Lille PTT, Limoges PTT.

Pe 19 mai 1937, un decret ministerial îl autorizează pe Jean Prouvost (care tocmai lansase mai multe ziare) să creeze un alt post de radio privat la Rueil-Malmaison: Radio 37. Pe 15 noiembrie 1937, Radio Luxembourg devine primul post de radio din Franța care emite toată ziua, fără întrerupere.

În 1938, când celelalte stații de radio franceze continuau să difuzeze doar trei scurte buletine de știri zilnic, cu o durată de maximum șapte minute, Radio-Cité propunea 12 buletine de știri pe zi, cu un public fidel, în special datorită organizării unor croaziere pe Marea Mediterană. Pe 11 martie 1938, Radio-Cité își întrerupe emisiunile pentru a transmite în direct discursul cancelarului Schuschnigg și pe cel al lui Hitler, cu ocazia Anschlussului. În 1939, RTL emitea 16 ore pe zi, pentru aproape 20 de milioane de ascultători.

Totuși, radioul se dezvoltă mai încet în Franța decât în alte părți ale lumii: în 1939, existau doar cinci milioane de aparate de radio în gospodăriile franceze, față de opt milioane în Anglia, 15 în Germania și 26 în Statele Unite.

În Germania, când naziștii vin la putere, preiau controlul asupra tuturor stațiilor de radio, ca și asupra tuturor ziarelor. Goebbels declara pe 25 martie 1933: „Consider că radioul este instrumentul cel mai modern și cel mai important dintre toate pentru a influența masele”. „Scopul nostru”, mai declara el, „este să facem ca principiile noastre să pătrundă poporul pînă în măduva oaselor, să prelucrăm și să cizelăm spiritele pînă ce ne vor fi întru totul credincioase”. Sediul propagandei partidului trimite speakerilor *Redner-Schnell* („Informații exprese pentru oratori”), cu directive speciale pentru organizarea unor campanii antisemite. Radiourile difuzează

masiv discursurile lui Hitler. Aflat la conducerea Direcției Radio de la Ministerul Propagandei, Hans Fritsch obține de la Goebbels dreptul de a modifica vocea lui Hitler, astfel încât ea să devină mai radiofonică. Guvernul subvenționează cumpărarea de către germani a milioane de aparate de radio la un preț foarte convenabil, așa-numitele *Volksempfänger*, a căror capacitate de recepție era deliberat limitată, încât să nu fie posibilă ascultarea posturilor de radio străine. Radioul putea fi auzit și în spațiile publice și la locurile de muncă, prin intermediul difuzoarelor.

Orice ascultare a unui post de radio străin putea duce la lagărul de concentrare. Ascultate clandestin, *Feindsender* („emițătoarele dușmanilor”) aveau totuși mare succes, mai ales programul de la BBC al lui Thomas Mann, pe atunci exilat la Londra: „Listen, Germany!”.

În 1939, 70% din gospodăriile germane dețineau un aparat de radio, mai mult decât orice altă țară din lume.

Nașterea televiziunii

După sunet, imaginea. Ea era deja transmisă persoanelor particulare prin intermediul fotografiei de aproape un secol, iar publicului larg, prin intermediul ziarelor, de treizeci de ani. Cinematograful începe, încă de la inventarea lui, să difuzeze actualități filmate. În Statele Unite în special, cele cinci întreprinderi care dominau industria cinematografică incipientă (Warner Brothers, Fox, MGM, RKO, Paramount) difuzau scurte jurnale de actualități, în toate sălile, înainte de

începutul filmelor. În 1929, Fox transformă chiar un teatru de pe Broadway în sală specializată în proiecția filmelor de actualități. Gaumont cumpără cinematografe în întreaga lume pentru a-și difuza atât filmele, cât și actualitățile; el creează „France Actualité Gaumont”, al cărui control îl va revinde ulterior către Havas. Pathé procedează la fel.

Pe 13 ianuarie 1928 este difuzată, utilizându-se un sistem al lui Marconi, prima imagine televizată din lume, de la o uzină General Electric din statul New York; în același an și de la aceeași uzină, este lansat un canal de televiziune, WNBT, care există și astăzi, sub numele WNBC.

În 1931, stația de radio W2XAB din New York, afiliată la NBS, începe să difuzeze, sub numele New York City NBC, un scurt program televizat cotidian, cu grupuri muzicale cunoscute, precum, în prima emisiune, trioul de jazz Boswell Sisters. Puțin sînt cei care îl privesc: în același an, 1 000 de televizoare sînt vîndute în Statele Unite; în 1938, numărul era de doar 20 000.

În 1939, New York City NBC transmite în direct deschiderea Expoziției Universale la New York și 58 de ore de program pe lună, de miercuri pînă duminică, pentru un public estimat la 5 000 sau 8 000 de persoane. Grupurile de presă nu au de ce să se neliniștească...

În Marea Britanie, pe 26 ianuarie 1926, primul aparat de televiziune, numit *televisor*, este prezentat de un inginer scoțian, John L. Baird. BBC își arogă monopolul asupra televiziunii, după cel asupra radioului. Difuzează programe puține și scurte, cinci zile pe săptămînă, printre care un prim interviu în direct al actriței și cîntăreței Peggy O'Neill. În 1935, sistemul Televisor este abandonat în favoarea celui al lui

Marconi, deja utilizat în Statele Unite. În 1937 este transmis primul reportaj în direct, cel al încoronării lui George al VI-lea. În 1939, BBC emitea în medie 4 ore pe zi pentru 15 000 de receptoare, instalate mai ales în baruri și restaurante pentru a retransmite evenimente sportive.

În Franța, sub impulsul dat de Georges Mandel, prima emisiune de televiziune are loc pe 26 aprilie 1935, transmisă de la Ministerul PTT¹⁰ de pe strada Grenelle: puteau fi văzuți cu această ocazie Sacha Guitry, Jacqueline de Lubac și câțiva dansatori. Nu existau decât zece televizoare. Începând din ianuarie 1937 sînt difuzate, tot prin intermediul Ministerului PTT, emisiuni cotidiene, între orele 20 și 20:30, printre care primul reportaj francez în direct, cu ocazia inaugurării Expoziției Universale ce avea loc în acel an la Paris. Pe 3 septembrie 1939, televiziunea franceză încetează să mai emită: în acel moment nu existau decât 300 de televizoare în Franța, majoritatea în locuri publice.

În Germania, pe 22 martie 1935, primul program televizat regulat este difuzat de la Berlin, de către Deutscher Fernseh-Rundfunk. Durează 90 de minute și este difuzat de trei ori pe săptămîină. În timpul Jocurilor Olimpice din vara anului 1936, emisiunile se prelungesc pînă la opt ore pe zi, la Hamburg și la Berlin. Existau pe atunci 1 000 de aparate de televiziune, mai ales la Berlin, instalate în săli speciale, în general în teatrele învecinate cu oficiile poștale. Cînd începe războiul, spre deosebire de ce se petrecea în Franța și în Marea Britanie, televiziunea continuă să emită; în spitale sînt instalate televizoare pentru a-i înveseli pe soldații răniți.

În URSS, Televiziunea Centrală Sovietică (Центральное Телевидение СССР) este oficial lansată în 1936, ca parte

integrantă a politicii de propagandă a Partidului Comunist; ea nu difuzează aproape nimic înainte de sfârșitul celui de-al Doilea Război Mondial.

Mass-media în timpul celui de-al Doilea Război Mondial, la puterile Axei

În Japonia, în 1940, Departamentul de Informație și Propagandă devine Biroul de Informații: el controlează toată presa și publicitatea. În 1941, legea de mobilizare națională impune fuzionarea tuturor ziarelor din fiecare prefectură într-un singur ziar; fiecare articol trebuia autorizat. Biroul întocmește o listă de scriitori și ziariști autorizați să publice. La radio, informațiile se limitează la anunțuri oficiale. În 1945, nu mai rămăseseră decât 34 de reviste și un singur ziar pentru fiecare prefectură.

În Germania, la începutul războiului, toate ziarele se aflau la ordinele partidului nazist; în 1940, Wehrmachtul creează *Signal*, un săptămânal cu un tiraj de peste două milioane de exemplare, cu 25 de traduceri (printre care și versiunea franceză, cu 800 000 de exemplare); acesta este difuzat în țările ocupate, în Orientul Apropiat și în Statele Unite, inclusiv cu o ediție în rusă; *Signal* rechiziționează de asemenea ziariști străini, de exemplu pe fotografii francezi André Zucca (unul dintre puținii care puteau face fotografii în culori în acea vreme), pentru a prezenta într-o lumină favorabilă ocupația germană. În săptămânalul *Das Reich* se găseau multe reportaje

care lăudau armata germană și critici violente la adresa culturii americane. Rundfunk devine Großdeutscher Rundfunk (Radioul Germaniei Mari); o emisiune cotidiană, „Wehrmachtbericht”, produsă de înaltul comandament al Wehrmachtului, transmitea relatări ale bătăliilor, glorificând armata germană. În sălile cinematografelor, scurte filme de propagandă precedau filmele de ficțiune. În 1941, Goebbels le cere propagandiștilor săi să descrie pentru ziare, radio și cinema operațiunea Barbarossa ca pe o „cruciadă europeană împotriva bolșevismului”. Până la înfrângerea de la Stalingrad din 2 februarie 1943, propaganda germană pune accentul în toate canalele sale media pe succesele germane și pe „amabilitatea” soldaților în teritoriile cucerite; americanii sînt descriși ca niște derbedei. Pe măsură ce înfrângerea se conturează, actualitățile cinematografice și presa arată din ce în ce mai puțin ce se întîmpla pe teren și din ce în ce mai mult pe Hitler, aplecat asupra unei hărți, purtînd discuții cu generalii sau salutat de mulțimi, și grupuri de Stuka gata de decolare. Față de cele 2 500 de ziare din 1937, în 1944 nu mai existau decît 977, iar lipsa de hîrtie și de cerneală le determină să se limiteze la două pagini. Pe 22 aprilie 1945, ultimul editorial al lui Goebbels, în *Das Reich*, se intitula: „Rezistența, cu orice preț”.

În Belgia, pe lîngă ziarele colaboraționiste, existau, încă din octombrie 1940, opt ziare clandestine, precum *La Libre Belgique*, finanțat prin donațiile simpatizanților, difuzat gratuit, cu un tiraj zilnic de 40 000 de exemplare pînă în 1942. În Cehoslovacia, Josef Škalda publică *V boj (La luptă)* la Praga, cu un tiraj de 10 000 de exemplare. Și în Danemarca apare o importantă presă clandestină, mai ales comunistă, cu 600 de

ziare clandestine, printre care în special *Lang og Folk*, cu un tiraj de 130 000 de exemplare.

În Franța, pe 26 august 1939, este instaurată cenzura. Jean Giraudoux, Ludovic-Oscar Frossard și Jean Prouvost asigură directoratul serviciilor de informare, propagandă și cenzură. Pe 24 mai 1940 sînt instituite autorizarea prealabilă și o reglementare a condițiilor materiale de publicare a ziarelor. Pe 11 iunie 1940, *Le Canard enchaîné* încetează deliberat să mai apară, dar continuă să plătească salariile ziaristilor și angajaților săi. Presa comunistă este interzisă, dar reapare aproape imediat clandestin. După o scurtă întrerupere, *Le Matin* reapare din proprie voință pe 17 iunie 1940; *Le Petit Parisien* procedează la fel pe 8 octombrie. Multe alte ziare, printre care *Le Figaro*, *La Croix*, *Le Petit Journal*, *Le Temps*, *Ouest-Éclair* continuă să apară, conformîndu-se noilor legi, printre care concedierea imediată a tuturor ziaristilor evrei. Restricțiile privind hîrtia obligă cotidienele să se limiteze la două pagini; ele difuzează mai ales știri locale, informații administrative și privind aprovizionarea. Și propagandă.

În ce privește radioul, convenția de armistițiu încheiată între Franța și Germania în iunie 1940 stipula că „toate posturile emițătoare de radio aflate pe teritoriul francez trebuie să-și înceteze neîntîrziat emisia. Reluarea transmisiilor radiofonice în teritoriul neocupat va fi supusă unei reglementări speciale”.

Încă din 19 iunie 1940, la BBC este creat Radio Londra, cu Pierre Brossolette și Maurice Schumann; programul său este alcătuit din șase buletine cotidiene de informații în franceză și din două emisiuni: „Onoare și Patrie”, realizată de Franța

Liberă și condusă de Schumann, și „Francezii se adresează francezilor”, produsă de guvernul britanic, cu Pierre Dac.

În noiembrie 1940, serviciile de informații ale agenției Havas, care se retrăsese la Vichy, sînt transferate Oficiului Francez de Informații, iar partea publicitară este vîndută germanilor.

Radio Tour Eiffel și Radio Paris trec sub tutela unei noi organizații, Radiodifuziunea Franceză Națională, și devin, ca și celelalte radiouri și televiziuni, instrumente ale propagandei germane.

În ianuarie 1941, deși familia Dupuy, care controla în continuare *Le Petit Parisien*, se declarase în favoarea Mareșalului¹¹, germanii confiscă ziarul și preiau redacția pentru a o transforma într-un instrument de propagandă. Ziare fasciste, precum *Le Cri du peuple* al lui Doriot, se pun în serviciul ocupanților.

Ziarele clandestine își fac apariția: *Libération Nord*, în octombrie 1940, apoi *Libération Sud*, în iulie 1941, și *Le Franc-Tireur*, în decembrie 1941.

Aproape toate marile ziare interbelice se străduie din răsputeri să reapară, cu o orientare antisemită și pétainistă.

În noiembrie 1942, ocuparea zonei sudice a Franței sporește rigoarea cenzurii. *Le Figaro*, *Le Temps* și *Le Progrès* se savordează. *La Croix* și *Le Petit Journal* continuă să apară. Presa clandestină numără acum mai bine de 1 000 de titluri, printre care *Témoignage chrétien*, creat la Lyon în 1941, și *Libération*.

Pe 1 iulie 1943, la cererea germanilor, este inaugurat un nou post de radio la Monaco, „în slujba noii Europe”. Este vorba despre Radio Monte Carlo. Acesta difuzează mai întîi

imnul monegasc, urmat de o alocuțiune entuziastă a lui Maurice Chevalier.

În noiembrie 1943 se constituie o federație națională a presei clandestine, aflată în legătură cu guvernul provizoriu de curînd creat la Alger, care afirma că dorea să „asigure libertatea presei, onoarea și independența ei față de stat, de puterea banului și de influențele străine”.

Pe 17 august 1944, la ora 9 dimineața, în timp ce Aliții se apropiau de Paris, un speaker german anonim face o ultimă declarație, în franceză, la microfonul postului Radio-Paris și prezice victoria finală a Germaniei datorită unei arme secrete. În același moment erau arse arhivele postului respectiv, care încetează să mai emită în aceeași zi, la ora 14:45. Posturile de radio private, care colaboraseră în totalitate, sînt suprimate.

În septembrie 1944, toate ziarele apărute în timpul războiului sub control german sînt suprimate. Ziarele colaboraționiste sînt rechiziționate și înlocuite cu altele: *Le Petit Parisien* cu *Le Parisien libéré*, *Le Temps* cu *Le Monde*, *Ouest-Éclair* cu *Ouest-France*, *Cherbourg-Éclair* cu *La Presse cherbourgeoise*, *La Dépêche* cu *La Dépêche du Midi*, *Le Petit Marseillais* cu *La Marseillaise*, *Le Phare de la Loire* cu *La Résistance de l'Ouest*, *La Petite Gironde* cu *Sud-Ouest*. Nu sînt autorizate să reapară decît ziarele clandestine și fostele titluri care se sabordaseră la timp: *Combat* înlocuiește *L'Intransigeant*; *Le Franc-Tireur* înlocuiește *Paris-Jour*.

Pe 30 septembrie 1944, Agenția France-Presse preia rolul deținut de mai bine de un secol de Havas.

Presa în timpul războiului, la Aliați

Încă de la intrarea pe teritoriul sovietic a trupelor celui de-al Treilea Reich este creat la Moscova un Birou al Propagandei Politice și Militare. Radioul și difuzoarele sînt instalate peste tot. Din 1939 și pînă în 1941, numărul de *radiotociki* (material necesar pentru receptarea transmisiilor radio și difuzarea lor prin difuzoare) crește de zece ori. La sfîrșitul anului 1941, mai existau 18 ziare, care descriau cu precădere abuzurile comise de trupele naziste; Vasili Grossman, corespondent de război la *Krasnaia Zvezda* (*Steaua roșie*), acoperă luptele de la Moscova, Stalingrad, Kursk și apoi Berlin; el descrie printre primii atrocitățile comise de germani la Treblinka. Cu excepția lui, reporterii de război vor fi în scurt timp numai militari. Guvernul trimite către stațiile regionale mii de ore de emisiuni de propagandă și 70 000 de înregistrări cu muzica lui Rimski-Korsakov, Ceaikovski, Beethoven, Glinka, în special în timpul asediului Leningradului, în timp ce muncitorii și localnicii înfometați se plîng că aud doar simfonii, nu și cîntece. Stalin reperează un tînăr prezentator de radio, Iuri Levitan, și îl face cititorul oficial la radio al depeșelor biroului de informații sovietic: pe 9 mai 1945, el este cel care anunță înfrîngerea celui de-al Treilea Reich. Levitan va fi vocea Uniunii Sovietice pînă la moartea sa, în 1983, și va muri comentînd o comemorare a bătăliei de la Kursk, la Prohorovka, în urma unui atac de cord.

În Marea Britanie, în mai 1940, cabinetul lui Churchill instaurează un sistem de „cenzură voluntară”. În luna iunie, cînd o tentativă de invazie germană părea iminentă, cenzura devine mai severă; ministrul de Interne obține dreptul de a

suspenda provizoriu orice ziar. Va fi cazul a doar două ziare comuniste (*The Week* și *Daily Worker*), interzise din ianuarie 1941 pînă în septembrie 1942. *Daily Mirror*, totuși foarte ostil la adresa războiului și a lui Churchill, nu este suspendat, chiar dacă Churchill merge pînă la a cere o anchetă, suspectîndu-i pe Himmler și Hess că ar fi deținut acțiuni la acest ziar. În general, guvernul se bazează, pe drept cuvînt, pe patriotismul media și al ziariștilor. Nici o scurgere de informații nu vine de la funcționari, militari, parlamentari, totuși foarte bine informați de guvern. Două cotidiane, *Daily Express* și *Daily Mirror*, precum și ziarele de duminică (*News of the World*, *The People* și *The Sunday Express*) domină piața și își cresc tirajele: *Daily Express*, în particular, trece de la 2,5 milioane de exemplare în 1939 la aproape patru milioane în 1945. Cinematografele difuzează foarte scurte jurnale de actualități înainte de proiecția filmelor. Radioul devine un instrument de propagandă: în 1940, John Reith, părintele BBC-ului, este numit ministru al Informației. Pentru el, „informațiile sînt soldații de elită ai propagandei” și totul trebuie spus într-un registru valorizant; BBC acoperă Bătălia Angliei cu ziariști trimiși în zona de coastă cu mașini echipate. Pe 13 iunie 1940, un ziarist descria în direct o luptă aeriană între RAF¹² și Luftwaffe¹³. În octombrie 1940, sediul BBC se numără printre țintele a ceea ce a fost numit *The Blitz*¹⁴. Între 1939 și 1945 efectivele BBC-ului cresc de la 1 635 la peste 4 000 de persoane, iar la sfîrșitul războiului BBC difuzează în 32 de limbi.

În Statele Unite, în mai 1941, Henry Luce, într-un articol intitulat „The American Century”, publicat în *Life*, îndeamnă guvernul american să intre în război cît mai curînd pentru a

apăra valorile democratice și a asigura triumful libertății; Roosevelt refuză din nou. În ianuarie 1942, imediat după atacul de la Pearl Harbor, Roosevelt creează un Birou al Cenzurii, a cărui conducere o încredințează redactorului-șef de la Associated Press, Byron Price. Biroul acesta instituie un cod de bună conduită în spațiul mediatic și cenzurează articolele și fotografiile despre care consideră că ar putea să amenințe unitatea națională. Dincolo de acest cod, ca și în Anglia, guvernul se baza înainte de toate pe patriotismul media și al reporterilor. În tot acest timp, 50 de milioane de americani merg la cinematograful cel puțin o dată pe săptămână și urmăresc actualitățile, mai bogate decât echivalentele lor britanice: scene de luptă, discursuri ale generalilor și politicienilor.

În 1942, Nielsen creează un serviciu național de clasificare a posturilor de radio, care începe să măsoare audiența: societatea culege informații despre stațiile ascultate de 1 000 de gospodării, apoi datele sînt vîndute unor mărci interesate să cunoască popularitatea relativă a programelor.

La sfîrșitul anului 1943, considerată a fi prea puternică, RCA este constrînsă de guvern să-și vîndă una dintre cele două rețele, RCA Blue. Cumpărătorul, Edward Noble, proprietar, între altele, al cofetăriilor Life Savers, al lanțului de farmacii Rexall și al stației de radio new-yorkeze WMCA, îi schimbă numele în American Broadcasting Company (ABC), fără a-i modifica programele: muzică clasică, jazz și foiletoane cu suspans.

Printre marii corespondenți de război:

Ernest Hemingway (care acoperise Primul Război Mondial în Italia și Războiul Greco-Turc din 1922, pentru *Toronto Star*;

apoi Războiul Civil din Spania, pentru un sindicat de 50 de ziare americane și canadiene); pleacă în Cuba în 1942, apoi în Anglia, în ianuarie 1944. Debarcă pe Omaha Beach în iunie 1944, înainte de a se instala la Paris, la Ritz, în septembrie.

Soția lui, Martha Gellhorn, pe care a cunoscut-o în timpul războiului din Spania, acoperit de ea pentru revista *Collier's*, a fost singura femeie care a participat în calitate de ziaristă la debarcarea din Normandia. Divorțează de Hemingway în 1945, ca să nu fie „doar o notă de subsol în viața altcuiva”¹⁵ și continuă o mare carieră de corespondentă de război.

Janet Flanner, corespondentă, din 1925, a publicației *The New Yorker* la Paris, revine la New York între 1940 și 1944. Denunță atunci furturile de opere de artă comise de naziști, în special cel al panoului decorativ din spatele altarului bisericii Sfânta Maria din Cracovia. În martie 1944, ea realizează unul dintre portretele cele mai detaliate scrise vreodată despre Philippe Pétain, apoi acoperă procesele de la Nürnberg și revine la Paris, unde își reia postul pînă în 1975.

John Steinbeck, autorul romanelor *Șoareci și oameni* și *Fructele mîniei*¹⁶, este trimis pe front în Italia, în 1943, de *New York Herald Tribune*. Acoperă mai ales bătălia de la Salerno și este mai interesat de viața soldaților decît de desfășurarea războiului.

Pe 12 aprilie 1945, Edward Murrow, șeful birourilor europene ale CBS începând din 1938, este primul ziarist care pătrunde în lagărul de concentrare de la Buchenwald. El descrie la radio, cu timbrul său atît de special, „trupurile stivuite precum lemnele” în crematoriu.

¹. Mahatma Gandhi, pe numele său adevărat Mohandas Karamchand Gandhi, organizează și conduce, însoțit de discipoli și de zariști, un marș de 386 km (12

martie – 6 aprilie 1930), pînă pe coastele Oceanului Indian, pentru a protesta față de monopolul britanic asupra sării (n. tr.).

- [2.](#) Section Française de l'Internationale Ouvrière (Secțiunea Franceză a Internaționaliei Muncitorești), partid politic socialist francez, care a existat sub acest nume din 1905 și pînă în 1969 (n. tr.).
- [3.](#) Section Française de l'Internationale Communiste (Secțiunea Franceză a Internaționaliei Comuniste), creată cu ocazia Congresului de la Tours, devine, în 1921, Partidul Comunist Francez (n. tr.).
- [4.](#) Este vorba despre un organism independent care urmărea, controla și atesta cifrele tirajelor și difuzarea titlurilor de presă din Franța. În 1946, devine OJD (Office de Justification de la Diffusion), în urma unei asocieri între agenții publicitari, agențiile de publicitate și suporturile de presă (n. tr.).
- [5.](#) Babar este un elefântel fictiv, personaj din literatura pentru copii, inventat, în 1931, de Cécile de Brunhoff. *L'histoire de Babar le petit éléphant* a avut un enorm succes (s-au vîndut patru milioane de exemplare pînă în 1939), inclusiv în Statele Unite și Marea Britanie. Pînă în 2011, au fost vîndute în întreaga lume 13 milioane de exemplare, traduse în 27 de limbi. Aventurile micului elefant l-au inspirat pe compozitorul Francis Poulenc și au fost adaptate pentru televiziunea franceză în 1969; în România, este cunoscută înscenarea de la Teatrul Țăndărică (n. tr.).
- [6.](#) Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei (Partidul Muncitoresc Național-Socialist German) (n. tr.).
- [7.](#) *Vineri*, în franceză (n. tr.).
- [8.](#) Denumirea coaliției mai multor partide, majoritar de stînga, a unor sindicate și mișcări intelectuale în lupta împotriva fascismului (n. tr.).
- [9.](#) Postes, Télégraphes et Téléphones (n. tr.).
- [10.](#) Ministerul Poștelor, Telegrafelor și Telefoanelor, creat în 1879, sub numele Ministerul Poștelor și al Telegrafelor, în urma fuziunii a două direcții de administrație centrală (Direcția de Exploatare Poștală și Direcția Liniilor Telegrafice), își încetează activitatea în 1991, sub numele de Minister al Poștelor și Telecomunicațiilor (n. tr.).
- [11.](#) Este vorba despre Philippe Pétain, ridicat la rangul de mareșal în 1918, apoi șef al statului francez în timpul Regimului de la Vichy. A fost condamnat, în 1945, la închisoare pe viață pentru înaltă trădare și colaboraționism cu Germania nazistă, cu pierderea tuturor drepturilor și onorurilor civice și militare (n. tr.).
- [12.](#) Royal Air Force (Forțele Aeriene Regale) (n. tr.).
- [13.](#) Forțele Aeriene Germane (n. tr.).
- [14.](#) Denumirea campaniei germane de bombardare a Marii Britanii din 1940 și 1941 (n. tr.).
- [15.](#) Dintre cele patru soții ale lui Hemingway, este singura care l-a părăsit, excedată de umbra pe care o arunca acesta asupra strălucitoarei ei cariere: „I do not see

myself as a footnote in someone else's life" (n. tr.).

- [16.](#) În ambele cazuri, versiunile românești se îndepărtează de titlul original (*Of Mice and Men* și *The Grapes of Wrath*), dar nu și cele franceze, al căror titlu este evocat aici (*Des souris et des hommes* și *Les Raisins de la colère*) (n. tr.).

Capitolul 10

Vîrsta de aur a celor trei canale media

1945-2000

În 1962, Marshall McLuhan, un universitar canadian, profesor de literatură engleză la Universitatea din Toronto, prezicea, în *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*¹, că televiziunea, care se afla pe atunci abia la începuturile ei, va permite în scurt timp tuturor locuitorilor lumii să împărtășească una și aceeași „percepție senzorială” și să formeze un „sat global”. Șapte ani mai târziu, în *Counterblast*², același McLuhan populariza termenul „media”, pentru a desemna ansamblul celor trei modalități de informare disponibile pe atunci, presa, radioul și televiziunea: „Media nu sînt niște jucării; nu ar trebui lăsate în seama unor Mother Goose³ și Peter Pan⁴. Nu pot fi încredințate decît unor noi tipuri de artiști, pentru că sînt niște forme de artă”. Termenul are un succes imediat; într-adevăr, în acel moment, cele trei moduri de informare alcătuiau un ansamblu coerent, puternic și nu-și mai dăunau unele altora. Pentru că, după

război, creșterea economică mondială începuse să se manifeste din nou și deschidea piețe publicitare și editoriale pentru toate canalele media.

În țările dezvoltate, dintre cele trei canale media, presa și radioul au constituit, pînă în 1972, principalele mijloace de informare; apoi televiziunea s-a impus, cel puțin pînă în anul 2000. În țările emergente apar mii de ziare, stații de radio, apoi, mai târziu, stații de televiziune. Dacă se mai întîmplă ca puterea media să străpungă frontiere, să spargă zidurile cenzurii și să contribuie la căderea dictaturilor sau la alungarea ocupanților, ea nu poate să împiedice, în schimb, căderea unei democrații: armele înving totdeauna, cel puțin provizoriu, cuvintele.

Ca și în capitolele precedente, datele numerice referitoare la canalele media evocate aici, din 1945 pînă în 2000, sînt furnizate de ele sau de surse apropiate lor și sînt, în chip necesar, foarte aproximative.

Mass-media americană: 1945-1972, apogeul presei

Cînd se încheie cel de-al Doilea Război Mondial, ziarele americane înfruntă o concurență durabilă și redutabilă: radioul și televiziunea. Presa americană rezistă inițial foarte bine: tirajele cotidienele cresc în continuare, de la 41 de milioane de exemplare în 1940 la 62,6 în 1970. *Washington Post* trece sub conducerea lui Phil Graham, avocat la Curtea

Supremă a Statelor Unite și soț al ficei proprietarului, Katharine Meyer Graham. Ziarele de duminică și *newsmagazines* precum *Time*, *Newsweek* și *US News* înregistrează și ele un mare succes. Ele beneficiază de noi progrese tehnice: heliogravura, tipărirea offset și generalizarea facsimilelor. Știrile nu lipsesc, iar ziarele nu-și schimbă linia editorială anterioară: divertisment și informare; mai ales subiecte locale.

Radioul, pe care-l ascultau pe atunci 82% dintre americani, continua să fie dominat de aceiași doi giganți, NBC și CBS, și de un nou actor, ABC; două treimi din emisiuni erau acum sponsorizate de întreprinderi comerciale, față de doar o treime în 1939. Cîteva noutăți apar în arta scrisului, titrării, punerii în pagină, a realizării de montaje sonore, a îmbinării sunetului cu bruitajul. Informațiile continuă să fie foarte factuale și foarte puțin prelucrate, menținîndu-se pe o linie foarte patriotică.

În acel an, Ed Murrow se întoarce de la Londra pentru a prelua conducerea CBS News la radio, unde creează, în puținele intervale alocate informației, o nouă emisiune de informații, care devine rapid legendară, „Heard it Now”. O adaptează neîntîrziat, sub denumirea „See it Now”, pentru televiziune, care-și face debutul pe CBS, al cărui potențial îl realizează rapid. O emisiune riguroasă, care îndrăznește să abordeze puține subiecte noi: drepturile civice, rasismul, locul femeilor în societate. NBC, ABC și marile studiouri de la Hollywood lansează la rîndul lor canale de televiziune, cu programe majoritar dedicate divertismentului.

În 1948, doar un milion de gospodării posedau un televizor, care costa încă echivalentul salariului lunar al unui muncitor.

În acel an, Paramount de la Hollywood poseda 4 dintre primele 9 canale de televiziune din Statele Unite. Ed Murrow lansează pe CBS și primul jurnal televizat regulat: 15 minute în fiecare zi, la ora 19:30. Anul următor, la Atlanta, Jesse B. Blayton Sr. (profesor la Universitatea din Atlanta) întemeiază WERD, prima stație de radio creată de o persoană de culoare. Un radio esențialmente muzical.

În 1949, organul de control al media americane impune radiourilor și televiziunilor *the fairness doctrine*, conform căreia orice informație difuzată trebuia să servească interesul general, chiar și în detrimentul libertății de exprimare. Ceea ce devine în scurt timp o armă împotriva discursurilor segregacioniste din media.

În 1950 se manifestă primul semn al viitorului declin al presei americane: tirajul ei începe să crească mai încet decât populația, în timp ce radioul prosperă, iar televiziunea înregistrează o extindere galopantă: 10 milioane de gospodării americane posedau un televizor. În decembrie 1952, neobositul Ed Murrow pleacă, tot pe socoteala CBS-ului, să filmeze el însuși viața de zi cu zi a soldaților americani, care luptau în Coreea pentru ONU începând din primăvara anului 1951. Aproape nici un mijloc de comunicare de masă nu ia poziție împotriva prezenței americane în acest conflict.

Rețelele trec dintr-o mână în alta: NBC, care aparținea RCA de la crearea sa în 1927, trece la General Electric, apoi la Westwood One. ABC este vândut lui United Paramount Theatres, apoi redevine independent, după care trece în proprietatea lui Capital Cities Communications, înainte de a fi preluat de Walt Disney Company. Între timp, CBS continua să rămână, fără întrerupere, din 1927, în proprietatea familiei

Paley. În zonele rurale se dezvoltă rețele prin cablu, făcând concurență marilor rețele, ale căror programe cu emisiuni foarte locale le preiau mai mult sau mai puțin legal. În 1952, NBC lansează „The Today Show”, primul program matinal de informare televizată.

Cînd nu difuzau muzică, foiletoane și jocuri, ziarele, ca și radiourile și canalele de televiziune, se concentrau pe subiectele informative cele mai locale, pe sport, bucătărie și tot ce le putea interesa pe femei, prea adesea reduse la rolul de gospodine. Ideologia dominantă continua să fie cea a unei Americi atotputernice și centrate asupra ei înseși, obsedată de anticomunism, cu o clasă de mijloc fascinată de consumul noilor echipamente menajere, pe care industria le revărsa asupra ei și care erau proslăvite de publicitate.

În 1953, cînd noul președinte, generalul Dwight Eisenhower, intră în funcție, aproape jumătate din gospodăriile americane aveau un televizor. Președintele recurgea puțin la televiziune pentru a comunica. În acel an, tranzistorul, inventat în 1947, începea să fie comercializat; el făcea posibilă ascultarea radioului în mașină și în mediul rural. Le permitea tinerilor să se întâlnească în *surprise-parties*, și nu doar la balurile unde erau supravegheați de părinți. O revoluție. Tot în acel an, cîteva canale media de pe Coasta de Est dau o lovitură: cînd senatorul McCarthy anunță că ar fi demascat agenți comuniști răspîndiți cam peste tot, în special în armată, *Washington Post* publică o investigație ce dezmințe respectivele acuzații; Edward Murrow, iarăși el, lansează un atac la adresa senatorului pe CBS Radio, iar acesta este discreditat și se face nevăzut.

În 1958, pe WNTA, la New York, Louis Lomax devine primul jurnalist de televiziune afro-american. Împreună cu Mike Wallace, el coproduce *The Hate That Hate Produced*, un documentar care șochează milioane de americani, dezvăluind resentimentul persoanelor de culoare, opoziția radicală a unora dintre ele față de mișcarea pentru drepturi civice și, în special, personalitatea lui Malcolm X, care, după ce apare în acest documentar, va deveni un invitat obișnuit al platourilor de televiziune.

Începînd din 1959, președintele CBS Television, James T. Aubrey Jr., transformă televiziunea într-un adevărat mijloc de comunicare de masă, cu comedii rurale, seriale polițiste (puse la dispoziție, în cea mai mare parte, de Hollywood) și jurnale televizate mai lungi, cu un format la fel de strict. Riguros și din ce în ce mai deschis ideilor liberale. Walter Cronkite începe să prezinte jurnalul televizat la CBS; o va face timp de douăzeci de ani.

În septembrie 1960, 90% din populație poseda un televizor, iar 70 de milioane de americani asistă la prima dezbatere prezidențială televizată, dintre Nixon și Kennedy. Kennedy, bronzat, mai dezinvolt în fața camerei de filmat, câștigă în fața unui Nixon transpirat și prost bărbierit. Odată ales, Kennedy transpune cu succes la televiziune acele *fireside chats* ale lui Roosevelt de la radio.

În 1963, Katharine Graham divorțează de soțul ei (care se sinucide) și preia conducerea lui *Washington Post*, care trimite un prim ziarist la Saigon, gest imitat în scurt timp de majoritatea celorlalte mari ziare și agenții. Războiul împarte de la bun început ziaristii și media în două tabere antagonice. John Steinbeck pleacă pentru câteva săptămîni pe cîmpul de

luptă, trimis de *News Day*, un cotidian din Long Island lansat în 1940. Jurnaliștii din presa scrisă trebuiau să transmită articolele cenzurii militare, ceea ce nu se întâmpla în cazul imaginilor televizate.

Pe 22 noiembrie 1963, la ora 12:30, 45,4% dintre gospodăriile americane care aveau televizor priveau, pe principalele canale de televiziune, imaginile asasinării președintelui Kennedy. Când recuperează filmarea crimei, Jim Aubrey, patronul CBS, hotărăște să o transmită în flux continuu, „pînă la saturație”. Cîteva zile mai tîrziu, 81% dintre americanii dotați cu televizor urmăreau înmormîntarea. Televiziunea devenise principalul mijloc de informare a poporului american.

În acel an, 94% dintre gospodăriile americane posedau un televizor și două treimi dintre americani se informau în principal pe această cale.

În 1967, ABC transmite primul reportaj „șoc” despre războiul din Vietnam (eforturile zadarnice ale unui medic pentru a salva viața unui soldat american). În februarie 1968, după Ofensiva vietnameză Tet⁵, *New York Times* preia conducerea campaniei pacifiste și cere încheierea acestui război, „dovadă supremă a limitelor puterii americane în Asia”. În același moment, Walter Cronkite iese din neutralitatea respectată pînă atunci de jurnalele televizate și declară pe CBS că acest conflict este „împotmolit într-un impas”, ceea ce l-ar fi determinat pe președintele Johnson să declare că: „Dacă l-am pierdut pe Cronkite, înseamnă că am pierdut întreaga Americă”. În martie, Johnson anunță că nu va candida pentru a fi reales și acuză media că ar fi provocat înfrîngerea sa și pe cea a Statelor Unite. De fapt, el se referea

mai ales la televiziune: pentru că, dacă cele 1 800 de ziare cotidiene continuau să fie foarte puternice la nivel local, în schimb numai două ziare naționale, *Washington Post* și *New York Times*, făceau anchete privind marile teme de actualitate și își puteau permite să-l înfrunte pe președinte. Majoritatea celorlalte ziare se fereau să se angajeze din punct de vedere politic. Rețelele de televiziune, chiar dacă se dedicau mai ales divertismentului, făceau uneori anchete serioase pe teme de politică internă și internațională: în acel an, CBS lansa o emisiune de investigații, „60 Minutes”, care devine curînd de neocolit, emisiune-pionier în utilizarea unor camere de filmat ascunse și folosirea a ceea ce se numea pe atunci *gotcha journalism* (întrebări șocante, destabilizatoare).

În 1969, cînd marile rețele de televiziune încă se luptau pentru a împiedica transmisia prin cablu, prezentă de cincisprezece ani în mediul rural, să pătrundă în marile orașe, noi canale prin cablu reușesc să-și facă apariția pentru a-i distra pe americani cu filme de la Hollywood (HBO și Disney Channel). Iar mai multe sute de milioane de telespectatori din întreaga lume asistă la primii pași ai lui Neil Armstrong pe Lună.

Informația de la televiziune nu mai era transmisă doar de programe specifice: de exemplu, începînd din 1970, foiletonul de succes *The Mary Tyler Show* pune în scenă o tînă ră celibatară care se instalează pe cont propriu la Minneapolis pentru a face carieră în televiziune. Emisiunea îi face pe mulți americani să descopere dificultățile din carierele femeilor, inegalitățile în salarizare și vorbește fără tabuuri despre divorț, infidelitate și relațiile sexuale dinainte de căsătorie... Majoritatea celorlalte foiletoane și emisiuni de varietăți

vehiculau totuși mesaje mult mai conservatoare, propovăduind respectul pentru valorile și ierarhiile familiei albe tradiționale.

În 1971, lovitură de teatru: *New York Times* publică documente secrete ale Pentagonului care dezvăluiau că, în urmă cu cinci ani, președintele Johnson își propusese să intensifice conflictul din Vietnam, deși tot el promitea public contrariul. *Washington Post* reia aceste revelații. Dorind să apere instituția prezidențială, Nixon amenință că va cere interzicerea celor două ziare, dar Curtea Supremă le dă dreptate, întemeindu-se pe Primul Amendament al Constituției americane, care garantează libertatea presei.

1972, Răsturnarea: magnetoscop, *reality show*, sfârșitul așa-numitei *fairness doctrine*

În 1972, mai întâi, o fotografie făcută de un fotograf de presă, Nick Ut, pentru agenția Associated Press, provoacă o emoție planetară: o fetiță care fuge, înspăimântată, după un bombardament american cu napalm, într-un sat din Vietnam. Războiul din Vietnam devine tot mai nepopular. În iunie același an, când numărul televizoarelor din Statele Unite depășea numărul exemplarelor de cotidiene, un agent de securitate reperează niște „hoți” la sediul Partidului Democrat din imobilul numit Watergate, în perioada când campania prezidențială era în toi. Benjamin Bradlee, redactorul-șef de la *Washington Post*, încredințează ancheta asupra straniei

spargeri lui Bob Woodward și Carl Bernstein, doi ziariști tineri. *New York Times* procedează la fel. Televiziunea nu este interesată; vorbesc despre incident doar „See it Now”, pe CBS, și jurnalul televizat al lui Walter Cronkite. Sub presiunea dezvăluirilor lor, care scot în evidență rolul Casei Albe în această afacere, președintele Nixon, deși fusese reales în noiembrie, trebuie să demisioneze anul următor.

De acum înainte, televiziunea se impune în fața presei scrise și a radioului. Mai ales prin crearea, în 1973, a primului *reality show* cu titlul „An American Family”, pe PBS. Din acel moment, americanii încep să vorbească tot mai mult despre ei înșiși, într-un voaiorism liniștitor.

Este și perioada în care se generalizează o inovație apărută în anii 1960: magnetoscopul. Permițând înregistrarea unei emisiuni de televiziune pentru a fi urmărită la ora aleasă, ea destramă, pentru prima dată, comunitatea la nivelul spectatorilor dintre televiziune și toate celelalte canale media. Rupe legăturile dintre cei care comunicau între ei despre ce citiseră, auziseră sau văzuseră în ajun. Imensă mutație.

Emisiunile de informații se înmulțesc: „Good Morning America”, „Nightline”, „20/20” și „This Week with David Brinkley”. Jurnalul televizat de seară ale celor trei rețele aveau pe atunci audiențe foarte similare, în jur de 15 milioane fiecare. Acestea continuă să fie concurate, mai ales pentru muzică și foiletoane, de rețelele prin cablu și, de acum încolo, și de noile canale, de astă dată prin satelit.

În 1980, un om de afaceri din Atlanta, Ted Turner, creează un canal de informații în flux continuu, CNN, care întâmpină dificultăți în a se lansa. Altfel, dimpotrivă, se impune imediat, MTV, primul canal TV consacrat difuzării de clipuri; „MTV

Video Music Awards” va deveni emisiunea televizată cea mai urmărită în lume.

Se produce o schimbare uriașă: aceste noi canale încearcă să nu se mai adreseze gospodinelor americane, ci întregii lumi, și vor transmite informația și cultura americană către întreaga planetă.

În 1982, abia ales, noul președinte Ronald Reagan resuscitează acele *fireside chats* ale lui Roosevelt la radio, pe care toți predecesorii săi le dăduseră uitării, cu excepția lui Kennedy, la televiziune; în cursul celor două mandate ale sale, se va adresa populației în fiecare sâmbătă la prânz, pînă în ultima zi.

În acel an, 1982, Alan Neuharth, președintele societății Gannett, înființează *USA Today*, cu un tiraj de 360 000 de exemplare. Cotidienele cele mai influente din Statele Unite continuau să fie *New York Times*, *Los Angeles Times*, *Wall Street Journal*, *New York Post* și *Washington Post*. În ianuarie 1984 are loc dezmembrarea colosului American Telephone & Telegraph (AT&T), care exercita un cvasimonopol asupra rentabilelor comunicații interurbane din Statele Unite.

În 1984 se produce o adevărată cotitură: tirajul cotidienelelor americane atinge un vîrf (63,3 milioane) și începe apoi să scadă. Totuși, sînt lansate numeroase ziare noi: succes fulgerător pentru *USA Today*, care atinge 2 milioane de exemplare; apoi, multe altele, precum *La Voz de Houston*, difuzat în 100 000 de exemplare, *Kansas City Business Journal*, *Rocky Mount Telegram* și *Investor Business Daily*.

În 1987, noul patron al FCC⁶, impus de Reagan, pune capăt așa-numitei *fairness doctrine* și deschide calea televiziunilor și radiourilor partizane.

În 1990, Time și Warner fuzionează și își reorganizează canalele de televiziune: între altele, HBO, CNN și TBS. Anul următor, audiența CNN explodează când jurnaliștii săi reușesc să acopere în direct, din hotelul Al Rachid din Bagdad, Războiul din Golf și, doi ani mai târziu, tot în direct, dezastrul american de la Mogadiscio, în Somalia.

În 1995, familia Paley vinde CBS (pe care-l deținea de aproape șaiszeci de ani) către Westinghouse Electric, care-l vinde apoi lui Viacom, în timp ce NBC este preluat de General Electric.

În 1996, magnatul presei australiene, Rupert Murdoch, lansează un nou canal de televiziune cu informații în flux continuu, Fox News, pentru a rivaliza cu CNN; îi încredințează conducerea lui Roger Ailes, expert în media al Partidului Republican, care-l consiliase pe Ronald Reagan în campania din 1980 și-l va consilia ulterior pe George H.W. Bush. El va face din Fox News, datorită abandonării faimoasei *fairness doctrine*, un instrument de luptă împotriva democrațiilor; inventează noi procedee, prin rezumarea știrilor în titluri așezate într-un colț al ecranului și difuzând acele „Fox News Alert”, care întrerup programele pentru a anunța informații mai mult sau mai puțin senzaționale, numite „Breaking News”. Nivelul cel mai de jos al televiziunii, care părea că fusese atins demult cu unele *reality shows*, urma abia să fie atins de acest canal și de cele care-l vor imita.

Cînd secolul se încheie, cele trei media intraseră în declin sau erau pe cale să intre în declin: tirajul presei americane se redusese de la 59 de milioane în 1945 la 56 de milioane în 2000; tirajul cotidienelelor nu încetează să scadă începînd din 1984, iar cel al ziarelor difuzate duminica, începînd din 1993.

Numărul de ziare la suta de milioane de locuitori trecuse de la 1 200 în 1945 la 400 în 2000. În Statele Unite nu mai apăreau decît 1 509 cotidiene față de 1 942 în 1930; cu excepția câtorva reușite, precum *New York Times* și *Washington Post*, majoritatea ziarelor nu tratau decît subiecte locale, sportive, de televiziune, de cinema și de scandal. Multe ziare de calitate, precum *New Yorker*, erau foarte îndatorate și nu supraviețuiau decît datorită mecenatului. Posturile de radio stagnau. Jurnaltele televizate de la CBS, ABC și NBC nu mai strîngeau, în total, decît 30,4 milioane de telespectatori, față de 45 de milioane în urmă cu douăzeci de ani. Publicitatea începea să se îndepărteze de ele. În primii zece ani de după anul 2000, canalele media ale grupului Time Warner își vor pierde 90% din valoare... Ceva nou era pe cale de a se ivi și nimeni nu realiza cu limpezime acest lucru...

Mass-media britanică atinge apogeul

În aceeași perioadă, evoluția canalelor media britanice este identică cu cea a americanilor: perioada postbelică începe printr-o perioadă scînteietoare pentru toată media, urmată, începînd de la mijlocul anilor 1980, de o scădere semnificativă a lecturii ziarelor, apoi a urmării celorlalte două canale media. Și în acest caz, media vorbește în continuare în special despre sport, divertisment, bucătărie, muzică, viața cotidiană și locală, jocuri, scandaluri mai mult sau mai puțin imaginare, în special legate de familia regală.

Presa se află încă în mare parte în mâinile lorzilor: *Daily Mail* aparține în continuare vicontelui Rothermere (III); *The Observer*, familiei Astor, pînă în 1977, după care este vîndut unei companii petroliere americane, apoi lui Scott Trust Limited. *Times* aparține lui John Jacob Astor V, care-l vinde în 1981 lui Rupert Murdoch, iar acesta îl relansează după o grevă a ziaristilor împotriva apariției unor noi mașini și preia și *Sunday Times*, în 1984; *Daily Mirror* este vîndut capriciosului Robert Maxwell; în 1986, *Daily Telegraph*, proprietate a familiei Camrose, trece în proprietatea lui Conrad Black.

Mai multe titluri dispar: în 1960, *Star* și *News Chronicle*. În 1964, *Daily Herald*, înlocuit de *Sun*, al cărui tiraj atinge 3,5 milioane în anul 2000. În 1986, cu ocazia unei alte greve, Murdoch hotărăște să-și transfere ziarele în estul Londrei. Fleet Street, stradă istorică a presei, ajunge în mâinile bancherilor și avocaților.

Tirajele presei cotidiene britanice mai cresc încă pînă în 1987, apoi intră într-un declin continuu: în cazul cotidieneilor, tirajul trece de la 19,2 milioane de exemplare în 1945 la 23 în 1987, apoi coboară la 18,5 în 1997. În anul 2000, cel mai mare tiraj îl are *The Sun*, urmat de *Daily Mail* și de *Daily Mirror*, toate trei cu peste 2 milioane, apoi de *Daily Telegraph* și *Daily Express*, cu peste un milion de exemplare fiecare. Toate sînt ziare de scandal. Care, uneori, pretind a se număra printre cele mai serioase și cele mai respectabile. *Times*, ziar serios și foarte conservator, nu vinde decît 725 000 de exemplare. Ziarele continuau să fie difuzate prin distribuie și prin puncte de vînzare, care funcționau peste tot, în rețele specializate sau nu.

În ce privește radioul și televiziunea, timp de un deceniu după război, BBC păstrează monopolul difuzării televizate și radiofonice, cu emisiuni în cea mai mare parte de un nivel foarte înalt; aceasta, pînă ce Television Act din 1954 autorizează crearea, în 1955, a rețelei de televiziune ITV, apoi a Channel Four, în 1982, și Channel Five, în 1997, apoi, cu Sky TV, a canalelor prin satelit în 1998.

Cele trei rețele radio ale BBC rămîn în situație de monopol, pînă ce sînt lansate 19 stații publice și private în anii 1970, printre care IRL, Capital și LBC. În 1990 este lansat BBC Radio 5 (informații și sport); în 1992, Classic FM; în 1993, Absolute Radio (muzică rock).

În anul 2000 existau 69 de stații radio comerciale, care participă la subminarea presei cotidiene și îi accelerează tentația de a evolua și mai mult spre scandal, aproximare, populism, rea credință și naționalism, ce vor împinge puțin mai tîrziu Marea Britanie pe calea izolării și a unui Brexit foarte prost pregătit. În 2011 și 2012, descoperirea unor șantaje și interceptări telefonice distruge aproape în totalitate imperiul lui Murdoch.

Mass-media franceză: o relație din ce în ce mai strînsă cu puterile

Aceeași evoluție are loc și în Franța, unde perioada de după război înregistrează înflorirea unui foarte mare număr de noi titluri de presă, a căror dezvoltare este frînată de dificultățile

de difuzare. Între timp, radioul triumfă și televiziunea se instalează treptat în centrul canalelor media.

Mass-media pariziană este foarte dependentă de puterile politice și financiare, în timp ce cîteva ziare de provincie sînt foarte prospere și se țin ceva mai departe de cercurile pariziene.

Mai întîi, noi ziare renasc, după naufragiul tuturor celor care colaboraseră:

În 1944, Émilien Amaury, personaj de primă mărime al presei clandestine, creează *Le Parisien libéré*, care înlocuiește *Le Parisien*; la moartea lui, fiul său, Philippe, preia conducerea cotidianului, iar fiica lui, Francine, conduce presa revuistică a grupului (*Point de vue, Marie France, Images du monde*).

În același an, Hubert Beuve-Méry lansează, la cererea generalului de Gaulle, *Le Monde*, în sediul și cu baza materială a lui *Le Temps*, care se retrăsese totuși în 1941. Acest cotidian de seară devine curînd ziarul de referință al înalților funcționari, al politicienilor și al profesorilor. Editorialele lui Beuve-Méry, publicate sub numele Sirius, aveau de multe ori o influență considerabilă. Puțin mai târziu, ziarul creează prima societate de redactori, care urmărea să asigure redacției o cît mai mare independență editorială.

Tot în 1944, doi cumnați care luptaseră în Rezistență, Paul Hutin-Desgrées și François Desgrées du Loû (fiul fondatorului lui *Ouest-Éclair*), foarte susținuți de democrația creștină, creează *Ouest-France*, care înlocuiește *Ouest-Éclair*, interzis pentru colaboraționism. Noul ziar, proeuropean, potrivit pedepsei cu moartea, va fi condus timp de șaptezeci de ani de familia Hutin, cu un succes atît de mare, încît devine rapid (continuă să fie și în 2021) primul cotidian francez.

Anul următor, Albert Camus și Pascal Pia creează *Combat*, preluând sediul și baza materială de la *L'Intransigeant*. Tirajul ziarului atinge foarte repede 185 000 de exemplare. În 1947, este preluat de Claude Bourdet, cu sprijinul lui Henri Smadja. În 1948, Victor Faye preia conducerea ziarului; în 1960, îi urmează Philippe Tesson, care diversifică ziarul înainte de a-l părăsi, în stare de faliment, în 1974, pentru a înființa *Le Quotidien de Paris*, ziar categoric de dreapta.

În 1946, venise deja vremea iertării și a uitării: Jacques Goddet creează *L'Équipe*, noua versiune a lui *L'Auto*, pe care-l conducea din 1940 și care fusese interzis în 1944 pentru colaboraționism.

În 1947 (după o perioadă haotică în difuzarea presei) este creat NMPP (Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne), pentru a transpune în practică garantarea, prin legea Bichet, a unei difuzări naționale echitabile, economic sustenabile și libere a întregii prese. Difuzarea se afla în posesia unor cooperative de ziare (51%) și era gestionată de grupul Hachette (49%), care fusese totuși exclus în 1944 pentru colaboraționism; ziarele continuă să fie difuzate într-un număr foarte restrâns și foarte exclusiv de puncte de vânzare, chioșcurile.

La Croix își reia poziția de principal organ de presă religios și se sprijină pe grupul Bayard Presse (creat în 1873 de Congregația Augustinienilor Asumpționiști), care lansează cu succes și alte publicații.

În 1949, *France-Soir*, preluat de grupul Hachette, începe să domine piața: atinge un tiraj de 1,5 milioane de exemplare în 1956 și susține că este „singurul cotidian care vinde mai mult de un milion de exemplare!”; sub conducerea lui Pierre

Lazareff, ziarul publică textele unor mari reporteri (Joseph Kessel, Philippe Labro, Henri de Turenne, Lucien Bodard), articole de fond percutante, scandaluri savuroase și benzi desenate foarte urmărite, semnate de Paul Gordeaux, Jean Ache, Albert Uderzo și Sennep.

Cîteva scrisori confidențiale roneotipate au mult succes printre miniștri și șefi de întreprinderi, în special cele ale lui Paul Dehême și Jean-André Faucher, doi ziariști cărora li se retrăsese legitimațiile de presă în 1944 pentru colaboraționism. Pe lângă ziarele menționate, existau și numeroase ziare de extremă dreaptă (*Charivari*, *Rivarol*, *Jeune Nation* și *Aux écoutes*).

La sfîrșitul celei de-a Patra Republici se constituie două grupuri puternice de presă deținute de familii, fiecare în jurul cîte unui cotidian parizian: grupul Amaury, care poseda *Le Parisien libéré*, *Marie France*, *Point de vue*, *images du monde*, apoi *L'Équipe*; și grupul întemeiat de Robert Hersant (care a colaborat cu ocupanții și cu Partidul Francez Național-Colectivist⁷, fondator al LVF⁸), constituit pe baza unor ziare de provincie și a unor titluri specializate (*L'Auto-Journal*, *France-Antilles*, *Paris-Normandie*, *Femina*, *TV Magazine*). La moartea acestuia din urmă, în 1996, grupul său poseda aproximativ 25 de cotidiene și controla aproape jumătate din tirajul presei cotidiene pariziene din jurul lui *Le Figaro*, preluat în 1975 și care fuzionase în 1985 cu *L'Aurore*.

Cînd Pierre Lazareff, care conducea *France-Soir*, moare în 1972, acest ziar, care atinsese un tiraj de 2 milioane de exemplare, intră într-un declin inexorabil.

În 1973, Serge July, Philippe Gavin, Jean-Claude Vernier, Jean-Paul Sartre și Bernard Lallement creează *Libération*.

Sartre și Vernier conduc ziarul timp de un an, urmați apoi de Serge July. Până în 1981, ziarul este condus de propriii salariați, care primeau salarii identice; tirajul depășește în această perioadă 100 000 de exemplare. Îndrăzneala lui editorială și arta formulării titlurilor explică o vreme succesul lui; în 1982, când stînga vine la putere, ziarul, condus de Serge July timp de treizeci de ani, se dezvoltă, iar influența sa crește, pînă ce atinge un tiraj excepțional în ziua realegerii lui François Mitterrand, în 1988; apoi, deși ziarul impusese un stil propriu, tirajul scade treptat; acționari privați participă la capital, în timp ce cota-parte a angajaților scade la 61,7% în anii 1980, la 33,8% în anii 1990 și la 18,4% în anii 2000. Și apoi, nimic.

Le Monde, *Le Figaro*, *La Croix* continuă să fie ziare de referință. *Le Quotidien de Paris* al lui Philippe Tesson, apoi *Le Matin de Paris* al lui Claude Perdriel înregistrează succese de critică și editoriale. Partidul Comunist nu mai reușește să susțină *L'Humanité*, care trece de la 400 000 de exemplare în 1945 la 150 000 în 1972, în momentul elaborării Programului Comun al stîngii⁹, la 107 000 în 1986 și la 46 000 în anul 2000.

Apar și săptămînale de informații generale, care imitau, cu o întîrziere de treizeci de ani, *the newsmagazines* americane: *L'Express* (creat în 1953 de Françoise Giroud și Jean-Jacques Servan-Schreiber și transformat în *newsmagazine* în 1964), la centru; *Le Nouvel Observateur* (lansat de Claude Perdriel și Jean Daniel în 1964), la stînga; *Le Point* (lansat de veterani de la *L'Express*, în 1972), la dreapta. Recordurile de tiraj sînt deținute în Franța, ca și în alte părți, de reviste specializate în publicarea programelor de televiziune.

Le Canard enchaîné reapare în 1945, după ce a reușit să-și plătească salariații pe tot parcursul războiului. Redevine marele ziar satiric, foarte bine informat, cu o influență considerabilă, atingând un maximum de vânzări în 1986 și 1987, cu un tiraj regulat de peste 600 000 de exemplare în timpul primei coabitări dintre François Mitterrand și Jacques Chirac.

În tot acest timp, radioul și televiziunea continuă să rămână în Franța sub controlul foarte strict al puterii politice.

În 1945, RTF controlează unul, apoi două canale de televiziune și patru canale de radio cu programe locale. RMC renaște din colaborarea sa originală, ca și Radio Luxembourg. Nici o televiziune sau stație radio locală sau privată nu este autorizată.

Pierre Sabbagh, care acoperă la radio executarea lui Pierre Laval pe 15 octombrie 1945, în închisoarea de la Fresnes, creează primul jurnal televizat francez pe 29 iunie 1949.

În 1953, 50% dintre persoanele chestionate considerau că preluau „cea mai mare parte a informațiilor [...] despre ceea ce se petrece în lume” din presa scrisă, iar 50% de la radio.

În 1954, 16 milioane de auditori francezi și belgieni ascultau RTL, care propunea emisiunile cele mai populare („Reine d’un jour”, „La Famille Duraton”, „Quitte ou double”...) și unde abatele Pierre lansează un apel la solidaritate cu foarte mare efect popular, care a dus la crearea asociației Emmaüs¹⁰. Milioane de francezi s-au mobilizat încă de a doua zi.

În același an, când 7 gospodării franceze din 10 posedau un aparat de radio, postul de radio Europe nr. 1¹¹ este creat de

Charles Michelson și Louis Merlin, fost angajat la Radio Luxembourg. Merlin îi convinge pe Pierre Sabbagh, Pierre Delanoë și Maurice Siegel să i se alăture; în 1955, Sylvain Floirat preia acțiunile lui Michelson. Pe atunci era singura stație radio privată autorizată, împreună cu RTL și RMC. Urmează imense inovații în programe, foarte populare. În 1956, Pierre Bellemare și Jacques Antoine lansează „Vous êtes formidables!”. În 1955, Daniel Filipacchi, fiul editorului Henri Filipacchi, prezintă „Salut les copains” și, concomitent, preia publicația *Jazz Magazine*, creată în 1954 de Nicole și Eddie Barclay. În toate radiourile și televiziunile se manifestă un foarte mare conformism în tratarea informațiilor, chiar dacă ele nu sînt controlate de partidele politice, care se succedă cu o prea mare repeziciune la putere.

În 1956, existau 500 000 de televizoare în Franța; doi ani mai târziu, numărul lor se dublase; apoi crește cu foarte mare viteză.

La începutul celei de-a Cincea Republici, generalul de Gaulle ar fi declarat: „Pentru opoziția față de presă, dispunem de televiziune”. Și, într-adevăr, radioul și televiziunea se află de acum înaintea la ordinele noii puteri. Cele 53 de alocuțiuni și 18 conferințe de presă ale lui de Gaulle vor fi difuzate de acestea. Cu cîteva îndrăzneli, precum emisiunea „Cinq colonnes à la une” a lui Pierre Desgraupes, Pierre Dumayet și Pierre Lazareff. În 1964, ORTF (Office de Radiodiffusion-Télévision Française) regrupează toată media audiovizuală pentru a o controla mai bine. În cabinetul ministrului de Interne se stabilea, în fiecare seară, desfășurătorul jurnalelor televizate.

În mai 1968, când radioul devenise primul canal media urmărit de tranșa de vîrstă 15-20 de ani, cîțiva jurnaliști îi lasă pe opozanți să se exprime la radio. Mai ales Europe 1 devine un actor de primă mărime al Revoluției din Mai, cu reportaje în direct de pe baricade. Când, o lună mai tîrziu, dreapta cîștigă alegerile legislative, toți ziariștii care dăduseră dovadă de independență pe cîteva canale de televiziune și radio sînt alungați fără milă.

În 1969, publicitatea este autorizată la televiziune, fără ca acest lucru să dăuneze publicității din ziare.

În 1970, în Franța existau 10 milioane de televizoare (dintre care doar 0,5% în culori, pentru că încă erau foarte scumpe). În mai 1974, când stațiile de radio și canalele de televiziune erau încă foarte strict controlate de puterea gaullistă, 23 de milioane de telespectatori asistă în direct la dezbaterile dintre Valéry Giscard d'Estaing și François Mitterrand dinaintea celui de-al doilea tur al alegerilor prezidențiale. Odată ales, Valéry Giscard d'Estaing menține monopolul și controlul absolut asupra posturilor de radio publice și a celor trei canale publice de televiziune, aparent aflate în concurență: TF1, Antenne 2 și FR3. Se manifestă o cenzură politică foarte severă și asupra posturilor de radio și a canalelor de televiziune private. Nici o personalitate importantă din opoziție nu poate fi invitată la radio sau la televiziune fără acordul explicit al cabinetului președintelui republicii. De altminteri, ORTF este dezmembrat în șapte societăți distincte, printre care Institutul Național al Audiovizualului.

În 1974, Jean-Luc Lagardère preia direcția la Europe 1, apoi frîiele la Hachette și la grupul de presă al lui Filipacchi. *Paris*

Match trece sub aripa a ceea ce ulterior va deveni grupul Lagardère, laolaltă cu multe alte titluri prestigioase: *Elle*, *Le Journal du dimanche* și nenumărate altele.

În 1979 începe o bătălie pentru obținerea autorizării „radiourilor libere”, adică a unor canale media în sfârșit independente față de stat.

Trebuie așteptată alegerea lui François Mitterrand în mai 1981 ca să apară aproape 3 000 de stații, printre care NRJ, Radio Nostalgie, Skyrock, RFM și multe altele, cu programe majoritar muzicale; trebuie așteptat și mai mult încă pentru ca informațiile de la radio și de la televiziune să se distanțeze în cele din urmă de puterea politică. Până acolo încît François Mitterrand, care dorea niște canale media mai favorabile lui, forțază crearea Canal+ în 1984. Cînd, spre nemulțumirea lui, cei doi patroni ai acestui prim canal criptat, André Rousselet și Pierre Lescure, hotărăsc să nu producă informații, el încurajează lansarea unui alt canal, La Cinq, încredințat unui om de afaceri italian, Silvio Berlusconi, care nu face decît ceea ce știa să facă cu succes în propria țară, adică un canal populist și de slabă calitate. În 1987, TF1 este vîndut de guvernul lui Jacques Chirac grupului imobiliar al lui Francis Bouygues. Politica era în continuare prezentă.

În anii 1990, peisajul audiovizual se modifică puțin, dominat la radio de RTL, France Inter, NRJ și Europe 1, iar la televiziune, de TF1 și France 2. Un prim canal de radio axat exclusiv pe informații apare odată cu France Info, în 1987. Grupurile de presă nu reușesc, ca și în alte țări, să se extindă la media audiovizuală. Întreprinderi din afara lumii ziaristicii (Bouygues, Dassault, Vivendi) profită și dezvoltă posturi de

informații în flux continuu, a căror audiență era pe atunci derizorie.

În anul 2000, principalele ziare cotidiene franceze continuă să fie *Ouest-France* (790 000 de exemplare), *Le Parisien* (486 000), *L'Équipe* (398 000), *Le Monde* (392 000), *Le Figaro* (360 000) și *Libération* (169 000). În general, ziarele regionale erau pe atunci încă mult mai solide și mai influente decât ziarele pariziene.

În Franța, mai mult ca în alte părți, statutul jurnaliștilor, indiferent de canalul media (cu excepția câtorva vedete), rămîne precar, iar remunerația este din ce în ce mai puțin atractivă.

Și în Franța, în anul 2000, se încheie perioada fastă pentru mass-media...

A supraveghea pentru a vinde

Peste tot în lume, supravegherea are dintotdeauna de-a face cu puterea și, mai ales, cu puterea de piață încă de la apariția acesteia. Ziarele au încercat de mult timp să afle cine sînt cititorii lor, ce vor să citească și ce poate publicitatea să le vîndă.

Publicitatea reprezintă de acum înainte condiția de supraviețuire a canalelor media private, pentru care constituie din ce în ce mai mult un venit indispensabil. Mărcile încearcă astfel să cunoască cît mai exact cu putință audiența canalelor media care se luptă pe bugetul publicitar pus la dispoziția lor. Astfel încît, pentru a servi agențiile de

publicitate și pe clienții lor se dezvoltă, mai întâi în Statele Unite, toate tehnicile de măsurare a audienței.

În 1947, în Statele Unite, agenția Nielsen, întemeiată în 1923 la Chicago, elaborează primul său raport detaliat privind audiența radio: o analiză sumară a audiențelor celor mai ascultate 20 de programe, măsurînd 4 factori (audiența totală, audiența medie, audiența cumulată și veniturile fiecărei gospodării). Puțin mai târziu, ea procedează la fel în cazul televiziunii. Aceste metode se afirmă și se impun ulterior ca principalul mod de măsurare a audienței audiovizuale peste tot în lume.

În 1949, în Franța, IFOP (Institutul Francez de Opinie Publică), creat în 1938 de Jean Stœtzl, realizează primele măsurători ale audienței radio; în 1957 este creat Centrul de Studiu al Suporturilor de Publicitate, controlat de media, firmele de publicitate și agenții de publicitate comercială; în 1964, ORTF lansează anchetele telefonice inspirîndu-se din practicile la care recurge din 1938 Audience Research Department de la BBC. Începînd din 1981, în Marea Britanie, Broadcasters Audience Research Board (BARB), deținut de BBC, Channel 4, Channel 5, Sky și The Institute of Practitioners in Advertising, compilează măsurătorile audienței stațiilor de televiziune. Peste 12 000 de gospodării acceptă în acest sens să fie monitorizate printr-o cutie neagră așezată pe televizor; în schimb, nu mai plătesc abonamentul și primesc un televizor gratuit. În același an, în Franța, sînt lansate de către CEO (Centre d'Etude d'Opinion, Centrul de Studiere a Opiniei) primele măsurători de audiometrie; în 1985, panelul francez este lărgit de către Médiamétrie la 1 000 de gospodării, cu anchete centrate pe categoria de vîrstă 8-16 ani (mai ales datorită

succesului emisiunii „L'École des fans”), apoi, în 1993, pe cea de 4-6 ani. În 1992, în Marea Britanie, Radio Joint Audience Research Limited (RAJAR), deținut de BBC și RadioCentre, măsoară și audiența stațiilor de radio și înregistrează în acest scop comportamentul de ascultare a 54 000 de adulți (cu vârsta peste 15 ani).

Creația publicitară se profesionalizează, în același timp cu dezvoltarea semiologiei pentru a sesiza mai bine ceea ce ea consideră că ar constitui dorința profundă a consumatorilor: să cumpere bunurile care reprezintă semne de apartenență la clasa socială cu care fiecare dorește să se identifice.

Apar, mai întâi în Franța, și centrale de achiziție: paginile sau minutele unui canal media se cumpără de acum înainte angro și se vînd cu amănuntul.

În 1996 este creată în Statele Unite compania Nielsen Media Research (NMR), de astă dată cu misiunea de a măsura audiențele tuturor canalelor media (TV, radio, filme proiectate în cinematografe, ziare, Internet) la nivel mondial.

Mass-media germană

Înfrîngerea naziștilor determină dispariția totală a mass-mediei germane. Alfred Rosenberg, redactorul-șef de la *Völkischer Beobachter*, este judecat la Nürnberg și spînzurat pe 16 octombrie 1946; primul redactor-șef al revistei *Signal*, gestionată de Wehrmacht, Harald Lechenperg, fuge în Boemia și redevine ziarist în anii 1950; al doilea, Wilhelm Reetz, arestat de sovietici în 1945, moare la Buchenwald în ianuarie

1946; al treilea, Giseler Wirsing, făcut prizonier de război de către americani în iunie 1945, lucrează pentru serviciile lor secrete, apoi își reia cariera de ziarist și întemeiază în 1948 o revistă evanghelică. Redactorul-șef de la *Das Reich* și de la *Völkischer Beobachter*, Eugen Mündler, scapă de închisoare și duce o viață tihnită pînă în 1981.

Aliații lansează atunci ziare care vor fi ulterior încredințate germanilor; unele dintre ele vor deveni marile ziare din zilele noastre: *Die Berliner Zeitung*, publicat de Armata Roșie în mai 1945; *Der Tagesspiegel*, creat în septembrie 1945 de americani; *Die Welt*, înființat în 1946 de forțele armate britanice; *Der Spiegel*, întemeiat în 1947 sub egidă britanică. Și, la München, *Die Neue Zeitung*, creat de americani. Cîteva ziare germane apar începînd din aprilie 1945, limitîndu-se strict la cîteva reportaje locale și la anunțuri: *Schaumburger Zeitung*, *Cellesche Zeitung*, *Deister und Weserzeitung*... Altele, foarte vechi, renasc din propria cenușă.

În 1948, la Hamburg, Axel Springer, moștenitorul unei familii de editori, care nu se compromisese pe timpul nazismului, începe să construiască un imperiu de presă, categoric antiintelectual și conservator: el lansează mai întîi *Hamburger Abendblatt*, în 1948, apoi un tabloid cotidian, *Bild*, în 1952, împreună cu săptămînalul *Bild am Sonntag*; preia *Die Welt* în 1953, apoi lansează, printre altele, revista radio/TV *Hörzu*, care îl îmbogățește. Apoi preia grupul Ullstein, pe care familia eponimă îl recuperase în 1946.

Aliații lansează și posturi de radio, printre care AFN (American Forces Network), care emitea din bazele americane din Republica Federală Germană, și RIAS (Rundfunk im

Amerikanischen Sektor), care emitea din Berlinul de Vest. În 1948, britanicii autorizează NWDR (Nordwestdeutscher Rundfunk) să emită din zona ocupată de ei. Francezii procedează la fel. În 1949, nouă stații de radio sînt create în Germania de Vest. Apoi, un prim canal de televiziune. În Est, Rundfunk der DDR creează patru stații de radio, apoi o televiziune, DFF (Deutscher Fernsehfunk), în 1952, la aniversarea lui Stalin, cu două ore de program zilnic.

În 1949, după crearea Republicii Federale, Aliații acordă peste 1 000 de licențe de ziare cotidiene unor germani care nu se compromiseseră cu naziștii; marile partide politice sînt autorizate să creeze ziare, dar multe intră rapid în declin. Foste ziare locale și regionale sînt publicate din nou și redevin populare. La sfîrșitul anilor 1960, aproximativ 85% din populația adultă citea regulat cel puțin un cotidian. În 1970, Axel Springer controla un sfert din cotidienele germane. În 1963 este creat al doilea canal de televiziune vest-german, ZDF (Zweites Deutsches Fernsehen), apoi apar primele două canale private de televiziune: RTL Plus și SAT 1, primul canal prin satelit, întemeiat de RTL, ai cărui proprietari erau luxemburghezi și germani.

După reunificarea țării, în 1992, tirajul cotidienele germane depășește 27 de milioane de exemplare; mass-media din Est dispare sau se adaptează noii situații. Deutschlandradio, o instituție publică ivită dintr-un acord al celor 16 Länder, gestiona pe atunci trei stații de radio naționale: Deutschlandfunk (informații), Deutschlandfunk Kultur și Deutschlandfunk Nova.

În anul 2000, patru germani adulți din cinci încă citeau zilnic un cotidian. Fiecare oraș avea cel puțin două, cu un tiraj

adesea foarte mic. Berlinul dispunea de mai multe cotidiane, printre care *Tagesspiegel*, *Berliner Zeitung* și *Berliner Morgenpost*. Ele erau deseori populiste. Un singur cotidian mai are mare succes, un ziar de scandal: *Bild*. Cotidienele respective se află majoritar în proprietatea unor grupuri financiare sau a grupului Springer. Și, în anul 2000, în Germania, ca și în alte părți, tirajul total al cotidiienelor, care încă atingea 25 de milioane de exemplare, începe să scadă...

Samizdaturi și glasnost

La sfârșitul războiului, mass-media sovietică continuă să se afle sub nemiloasa autoritate a lui Stalin și a Partidului Comunist.

Pravda și *Izvestia*, ale căror tiraje se apropiau de 10 milioane, erau citite obligatoriu de toți membrii Partidului. În Uniunea Sovietică existau pe atunci 172 de cotidiane, toate controlate de Partid. Radioul era principalul canal media de comunicare al puterii. Luna iunie 1949 marchează începuturile televiziunii, cu transmiterea în direct a unui meci de fotbal de la stadionul Dinamo din Moscova; un jurnal televizat era difuzat în fiecare seară.

La moartea lui Stalin, în martie 1953, cenzura interzicea aproximativ 400 de cărți și articole anual; ea putea decide dispariția unui ziar în 24 de ore. Posturile de radio occidentale continuau să fie bruiate; samizdaturi („autopublicații”) erau tipărite în ateliere clandestine sau aduse din străinătate. Două samizdaturi literare, *Feniks* și *Sintaksis*, publicau eseuri

literare în proză și poeme. În 1968 începe să apară clandestin extraordinara *Hronika tekushih sobûitii* (reluând titlul unei emisiuni de la BBC, „A Chronicle of Current Events”); este publicată la Moscova, la inițiativa a doi descendenți ai victimelor lui Stalin: nepoata generalului Iakir și nepotul lui Maksim Litvinov. Acest samizdat, portavoce a militanților pentru drepturile omului, documenta abuzurile comise de guvern și arestările arbitrare. Spre neplăcuta surprindere a poliției și conducătorilor, el cita numele victimelor și pe ale călăilor și publica documente dintre cele mai secrete. Șaisprezece numere din aceste *Cronici* reușesc să apară între 1968 și 1983, în ciuda perchezițiilor neîncetate și a numeroaselor arestări. Model de curaj și de rigoare de-a lungul întregii epoci brejnevienne, una dintre cei care au editat publicația, matematiciana Tatiana Velikanova, este arestată în 1980, apoi eliberată în 1986.

Termenul *samizdat* trimite, în felul său, la acele *avvisi* italiene din secolul al XVII-lea, pe care le vom regăsi la începutul secolului XXI.

În 1981, radiourile occidentale încetează să mai fie bruiate în Uniunea Sovietică; stația americană Radio Liberty este chiar autorizată să aibă corespondenți la Moscova. Începând din 1985, când Gorbaciov vine la putere, cenzura devine mai puțin apăsătoare; programe de radio și televiziune foarte urmărite, precum „Iunost” („Tineretul”, creat în 1962) și „Maiak” („Panorame”, lansat în 1964), încep să abordeze în direct subiecte de societate și prezintă puncte de vedere contradictorii. În 1986, mai multe stații difuzează chiar un schimb de opinii între studenții din Moscova și cei de la

Southern Illinois University. *Pravda* continuă să aibă un tiraj de 12 milioane de exemplare.

În aprilie 1986, după drama de la Cernobîl, cenzura încearcă într-o primă fază, în zadar, să ascundă catastrofa. Cuvîntul se eliberează; frica se risipește. *Krokodil* are un tiraj de 6 milioane de exemplare și începe să îi caricaturizeze pe conducătorii sovietici. Revista *Ogoniok* (*Flacăra*) publică extrase din scrierile unor intelectuali întemnițați (precum poeziile lui Iuli Daniel) sau asasinați (precum textele scriitorului Nikolai Gumilev).

În 1988, revista *Sovetskaia Kultura* (*Cultura sovietică*) denunță epurările staliniste, industrializarea sălbatică și colectivizarea forțată. În acel an apar 250 de noi ziare și reviste; iar anul următor, 760.

Pe 1 august 1990, cenzura ia oficial sfîrșit, chiar dacă guvernul continuă să controleze producția de hîrtie și rețelele de difuzare a ziarelor.

Apar și primele stații de radio private, lansate în special de francezi: în 1990, Europe Plus și Nostalgie; în 1991, 10 stații private sînt create la Moscova; în 1992, Moscova avea 21, apoi, în anul 2000, 40; la Sankt-Petersburg, Radio Baltica este lansat în 1991. La fel stau lucrurile la Nijni Novgorod, Samara, Rostov pe Don... În 1998, existau 1 500 de stații de radio private în Rusia.

Tirajul ziarului *Pravda*, a cărui lectură nu mai era obligatorie, se prăbușește la 2,7 milioane de exemplare în 1990; acesta este vîndut în 1992 unui investitor grec (Jannis Jannikos, apropiat de Partidul Comunist Grec); cînd ziarul ia poziție împotriva lui Elțîn în octombrie 1993, este suspendat pentru un timp, iar tirajul său continuă să se prăbușească la

250 000 de exemplare în 1997, când este preluat de Partidul Comunist Rus.

Din 1991 pînă în 1993, numărul de ziare rusești trece de la 112 la 238. Printre noile titluri: *Sport-Ekspress*, lansat în 1991 și în mare parte inspirat din *L'Équipe*, astăzi cel mai citit ziar din Rusia.

Pe 1 aprilie 1993, un grup de ziariști, susținut de Gorbaciov (care posedă 10% din acțiuni) și de miliardarul Aleksandr Lebedev, lansează *Novaia Gazeta*, care se voia independentă și promitea să denunțe corupția elitelor, angrenajele unor mișcări fasciste și abuzurile săvîrșite în Cecenia.

Din 1994, în timp ce Uniunea Sovietică dispărea, încep să se manifeste în Rusia acte de intimidare față de acei ziariști care credeau în instalarea libertății presei. În anul 2000, o emisiune de televiziune intitulată „Nazad v SSSR” („Întoarcere la URSS”) reabilita trecutul sovietic și evoca nostalgic „taberele de pionieri, camaraderia din serviciul militar, izbînzile tehnice”...

Tirajele presei erau în constantă scădere: *Vecernia Moskva* (1,39 milioane de exemplare), *Komsomolskaia Pravda* (785 000), *Moskovskaia Pravda* (304 529), *Izvestia* (234 500), *Versia* (170 000), *Tribuna* (124 000), *Kommersant* (131 000). Aproape toate erau controlate de grupuri financiare apropiate de putere.

Atotputernicia mass-mediei japoneze

După război, Statele Unite nu pretind închiderea ziarelor care susținuseră efortul de război nipon, cum procedaseră în Germania. Singura obligație: în 1946, Asociația Editorilor de Ziare și Publicații (Nihon Shinbun Kyokai) trebuie să aprobe „Canoanele ziaristicii”, care afirmă că „ziarele sînt paznicii unei societăți ordonate”. Pînă la finele anilor 1960, ziarele vehiculau puține opinii. Apoi în paginile lor încep să apară editoriale și sondaje de opinie. Ziarele sînt distribuite la domiciliu și sînt foarte citite.

În 1970, tirajul cotidienele nipone era de 51 de milioane de exemplare, la o populație de 104 milioane de locuitori. În spatele acestor ziare (*Yomiuri Shinbun*, *Tokyo Shinbun*, *Asahi Shinbun*, *Kyoto Shinbun*) se află foarte mari grupuri industriale și financiare.

Începînd din 1951, are loc și o dezvoltare a stațiilor de radio comerciale private. Începînd din 1953, NHK, instituția publică ce controla principala stație de radio, devine și societate de televiziune. Începînd din 1954 apar primele emisiuni regulate de televiziune, transmise de NHK. Este finanțată printr-o taxă plătită de proprietarii de televizoare și de radiouri. Creat în 1954, Radio Nikkei, stație comercială care emitea pe unde scurte, difuza informații financiare, de sănătate, culturale și mediatiza cursele de cai în weekend. Apoi apar canale private de televiziune, aflate în general în proprietatea ziarelor. Succes fulgerător al televiziunii: în 1964, 95% din gospodării dispuneau de un televizor (în timp ce acest nivel nu este atins în Franța decît în 1980). În anul 2000,

existau 62 de societăți de televiziune, 36 de radio și televiziune și 18 de radio.

Toate acestea nu au dăunat absolut deloc presei scrise: în anul 2000, încă se vindeau 60 de milioane de exemplare pentru un total de 115 cotidiene, la 117 milioane de locuitori. Adică mai multe exemplare decât în Statele Unite: presa japoneză a devenit prima din lume.

Mass-media în țările decolonizate

În țările care își dobândeau independența, radioul și televiziunea se dezvoltă foarte rapid. Presa scrisă, în schimb, era îngrădită de nivelul scăzut de alfabetizare lăsat moștenire de colonizatori. Unul din doi locuitori ai planetei era analfabet. Doar 20% dintre indieni știau să citească.

În India, după câștigarea independenței, libertatea de exprimare este garantată de noua Constituție (articolul 19). În 1964, existau deja 149 de cotidiene și 726 de periodice în hindi. La sfârșitul anilor 1970, cele 250 de milioane de indieni care știau să citească aveau de ales între 800 de cotidiene; jumătate dintre ei cumpărau cele 42 de ziare principale, cu 13 ediții publicate în șase orașe diferite, dintre care 31 aparțineau unor patru mari întreprinderi private: The Times Group, al familiei Sahu Jain (care avea în proprietate *The Times of India*), India Today Group, proprietate a familiei Birla, Essel Group, proprietate a lui Subhash Chandra Goenka, și ABP Group, care avea pe atunci în proprietate mai multe cotidiene (precum

Anandabazar Patrika, The Telegraph, Desh, Sananda, Anandamela și Anandalok).

Radioul și televiziunea indiene se dezvoltă foarte încet: în 1947, când are loc câștigarea independenței, în țară nu existau decât șase stații de radio; iar când stațiile de radio private sînt autorizate, le este interzis să difuzeze informații.

Transmisiile cotidiene ale televiziunii încep abia în 1965, mai întâi la Calcutta, apoi la Bombay și Amritsar, în 1972. Pînă în 1975, doar șapte orașe indiene au acces la televiziune. Pînă în 1984, nu exista decât un singur canal, Doodarshan. În 1984, începe să emită un al doilea canal, DD2, cu un program alcătuit din filme, emisiuni umoristice și emisiuni pentru copii și pentru gospodine. Începînd din 1991, guvernul autorizează radiodifuzorii particulari și străini să emită în țară. Sosesc atunci CNN, Star Tv și apar canale private naționale (Zee TV, primul canal privat din țară, sau Sun TV...). Mai multe grupuri de ziare deținute de familii creează canale de televiziune. Nici un canal privat de radio sau televiziune nu era în acel moment autorizat să transmită informații.

În Africa, după cucerirea independenței, ziarele se înmulțesc, cu tiraje foarte mici. Nici unul nu trece frontierele proprii țări, cu excepția săptămînalului *Jeune Afrique*, publicat la Tunis începînd din 1960. În unele țări, nu exista decât un singur cotidian: *Horoya* în Guineea, *Le Temps du Niger* (în Nigeria), *Togo Press* (în Togo), *Ethiopian Reporter* (1991), *Addis Fortune* (2000). În Africa de Sud, *Beeld*, creat în 1974, era difuzat în 4 provincii.

Radiourile naționale difuzau atît în limba fostului colonizator, cît și în limbile locale, mai ales programe de

popularizare a tehnicilor agricole. Radiourile private sosesc în anii 1990. Și, peste tot, sînt ascultate stațiile fostului colonizator, printre care RFI și BBC.

Televiziunea întîrzie să apară.

În 1962, prim-ministrul Fulbert Youlou, devenit apoi șef al statului Congo-Brazzaville, cere Franței asistență tehnică pentru crearea unei televiziuni naționale; în 1963, vine rîndul Gabonului, apoi, în același an, al statului Burkina Faso; în Ghana, televiziunea națională apare în 1965 și deservește propaganda ideilor panafricaniste ale lui Kwame Nkrumah; în 1972, televiziunea ajunge în Senegal; în 1973, președintele Bokassa al Republicii Centrafricane lansează televiziunea centrafricană; în același an este creată Radio-Televiziunea din Angola; în 1976, televiziunea își face apariția în Africa de Sud. În 1977, în Nigeria, este creată Nigerian Television Authority (NTA). Libia ajută la introducerea televiziunii în Guinea lui Sékou Touré în 1977, în Mozambic în 1979 și în Mali în 1983. Republica Capului Verde își creează propria televiziune în 1984, ca și Mauritania, cu ajutorul lui Saddam Hussein; Ciadul, în 1987; Ruanda, în 1992. În anii 1990 sosesc televiziunile internaționale: în Africa anglofonă se puteau recepționa BBC și CNN. Africa de Sud dispunea și ea de numeroase canale în engleză.

Griotii sînt în continuare prezenți; iar zvonistica rămîne o modalitate foarte importantă de difuzare a informației. Un săptămînal nigerian, *Le Paon africain*, scria în 1993: „Noi nu credem în obiectivitate. Ea nu există, [...] fără a maltrata faptele, o realitate poate fi descrisă în nenumărate feluri [...]. Așadar, subiectivitate. Dar o subiectivitate măsurată, aproape... dezinteresată, dar nu dematerializată”.

În timp ce trei canale media continuă să triumfe, un al patrulea se dezvoltă: Internetul

Alături de aceste trei canale media multă vreme triumfătoare, iată că se anunță un al patrulea, care le va da în scurt timp peste cap pe celelalte trei. Creșterea sa latentă timp de cincizeci și cinci de ani, din 1945 și pînă în 2000, explică slăbirea subterană a celorlalte trei.

Așa cum corespondența scrisă a dus la gazete, cum telefonul a dus la radio, cum fotografia a dus la cinematograf și la televiziune, tot astfel utilizarea unei tehnologii inițial concepute pentru a transmite mesaje personale va duce la un nou canal media: Internetul. Căutarea unei căi de transmitere a mesajelor personale de la un calculator la altul duce la apariția unei modalități radical noi de comunicare: rețelele de socializare. Mult timp nu este vorba decît despre niște tehnologii de comunicare (enigmatice și rezervate unui număr foarte restrîns de ingineri, mai ales militari) care progresează fără ca nimeni, sau aproape nimeni, să-și imagineze viitoarea lor utilizare în calitate de canal media.

Totul începe în 1948, cînd profesorul Claude Shannon, specialist în criptografie în timpul războiului, publică un articol întemeietor despre teoria informației, în care introduce conceptul de „bit” și capacitatea de transmitere a unui cod. La începutul anilor 1960 (cînd apărea primul joc video, *Spacewar*, creat la MIT¹²), US Air Force vrea să înființeze o rețea care să permită securizarea trimiterii de mesaje între bazele sale în caz de atac nuclear. Pentru a reuși

acest lucru, un inginer american, Paul Baran, imaginează (bazându-se pe cercetările din 1953 ale profesorului Leonard Kleinrock, el însuși inspirat de cele ale lui Claude Shannon), în 1964, o rețea de comunicație cu verigi atât de numeroase încât să poată funcționa chiar dacă o parte din ea era distrusă; mesajele erau transferate nu în bloc, ci prin pachete de date, suficient de segmentate încât să fie ilizibile; când ajungeau apoi la destinatar, erau reunite; aceste mesaje puteau atunci să fie reconstituite, chiar dacă o întrerupere parțială a rețelei împiedica transmiterea unor pachete. În 1969, un departament al armatei americane, ARPA (Advanced Research Project Agency), creează o astfel de rețea ca să comunice cu universități californiene: Arpanetul.

În 1971, inginerul american Ray Tomlinson, care lucra la Arpanet, reușește să transmită pe această rețea un mesaj trimis de o mașină către alta: aceasta este prima poștă electronică; mesajul este trimis de la prima adresă de e-mail, propria lui adresă, `tomlinson@bbn-tenexa`. În 1972 (când apărea primul joc al grupului Atari, *Arcade Pong*) este utilizat pentru prima dată cuvântul „Internet” de un inginer american, Robert E. Kahn, cu ocazia primei International Conference on Computer Communications (ICCC), la Washington. Termenul este derivat din *internetting* („interconectare a rețelelor”).

În 1973, Vinton Cerf, de la Universitatea Stanford, și Bob Kahn, de la ARPA, devenită DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency), inventează protocolul TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol), care permitea comunicarea dintre două calculatoare.

Tot în 1973, în Franța, cu susținerea statului și a companiei Thomson-CSF, inginerul Louis Pouzin dezvoltă, pornind de la

ideile englezului Donald Davis și ale americanului Paul Baran, un sistem similar de transmitere prin pachete, Datagramme. Anul următor, în 1974, proiectul lui este respins de Compagnie Générale d'Électricité, care optează pentru o altă tehnologie, preluată de la administrația poștelor, botezată „Transpac”, ce permitea doar trimiterea de mesaje, nu și recepționarea lor. Tot în virtutea centralismului francez, care frânase deja dezvoltarea poștei, a presei, a radioului, a televiziunii și a atîtor alte lucruri. Eroare fatală. Toate acestea duc la Minitel, creat de Direction Générale des Télécommunications, care era doar o modalitate de a trimite ordine, nu și de a comunica. În alte părți începe aventura Internetului, care va mătura în scurt timp tot.

În 1980, Richard Stallman, inginer la IBM (altminteri, aflat la originea software-ului liber), lansează ideea unei enciclopedii universale și libere; așa apare Wikipedia, în 2001. În 1983, doi cercetători americani, Jon Postel și Paul Mockapetris, creează, la cererea DARPA, o bază de date care permitea calculatoarelor ce aveau acces la ea să asocieze un termen din limbajul curent cu denumirea unui domeniu și o adresă IP, astfel încît fiecare să poată fi reperat univoc. Așa apare Domain Name System (DNS). În 1984 este lansat la Moscova jocul video cel mai adictiv din istorie, *Tetris*. În 1985 apare Nintendo și, de asemenea, primul nume de domeniu înregistrat: symbolics.com. În 1989, anul cînd apare Game Boy[®], Tim Berners-Lee, cercetător la CERN¹³ din Geneva, pune la punct hipertextul, permițînd legarea unor documente între ele, și creează, pe 20 decembrie 1990, primul site Internet, info.cern.ch, care reunește o documentație despre hipertext și

informațiile necesare creării unui site. El numește toate acestea World Wide Web. Internetul s-a născut.

Oricine putea de acum înainte nu doar să trimită mesaje, ci și să creeze un site Internet, unde să fie accesibile informații. Vor fi necesari mai puțin de zece ani ca site-urile să se înmulțească.

Astfel, o dată mai mult, ceea ce s-a ivit ca o modalitate de a trimite mesaje private va deveni un mijloc de a informa, un canal media. Și el poate realiza utopia celor anterioare: să comunice tuturor toată cunoașterea și toate informațiile. În plus, fiecare își putea crea propriul canal media. Ceea ce nu era disponibil decât în mod foarte limitat pentru câțiva negustori venețieni, sub numele de *avvisi*, apoi pentru redacțiile agențiilor, ziarelor, apoi ale radiourilor și televiziunilor, devine de acum înainte accesibil tuturor.

În 1990, un prim motor de căutare este dezvoltat de Alan Emtage, student la Universitatea McGill din Montréal, sub numele Archie: era un anuar, foarte greu de utilizat, care lista linkurile către site-urile Web. În 1991, un proiect similar este dezvoltat la Universitatea din Minnesota; apoi apare Wandex, primul motor de căutare care făcea căutări în paginile indexate pe Web.

În 1992 este creat primul site de e-comerț, Book.com; plata online nefiind securizată, nu era utilizat de nimeni. În același timp apare și primul program de criptare, PGP (Pretty Good Privacy); de asemenea, primul serviciu de mesagerie online, American Online (AOL). În acea perioadă nu existau decât 130 de site-uri Internet în lume.

În același an, erori majore: *Chicago Tribune* creează primul site Web deținut de un mijloc de informare de masă, pe AOL,

care oferea gratuit titluri și informații concise; cotidianul *The Columbus Dispatch* își publică online gratuit conținuturile, avînd drept furnizor de acces CompuServe. Erori majore, pentru că ulterior va fi foarte greu să se ceară o plată pentru ceea ce fusese oferit gratuit.

Anul următor, în 1993, *San Jose Mercury* creează *Mercury News*, care oferea online, tot gratuit, primele articole ale unui ziar pe hîrtie, împreună cu depeșe ale agențiilor de presă, articole nepublicate, texte integrale ale unor conferințe, informații de la Bursă și programele unor canale de televiziune. În același an, un student de 22 ani de la Universitatea din Illinois, Marc Andreessen, creează primele două browser-uri pentru marele public, Mosaic și Netscape. Tot în 1993 apare primul banner publicitar online (o publicitate pentru muzee), lăsînd ziarele care se implicaseră în aventură să sperie la un câștig. În același an apare și jocul FIFA®, produs de Electronic Arts, vîndut rapid în 500 000 de exemplare.

Un an mai tîrziu, în 1994, o altă companie de software, Microsoft, întemeiată cu douăzeci de ani în urmă de un informatician în vîrstă de 20 de ani, Bill Gates, împreună cu prietenul său Paul Allen, creează un set de programe care permiteau să se dirijeze utilizarea ansamblului resurselor unui calculator (un sistem de operare), sub numele Windows, care conținea în special propriul browser, Internet Explorer. Microsoft, impunîndu-și prezența pe toate calculatoarele, ajunge curînd să dețină aproape 90% din această piață.

În același an, *New York Times* începe să publice, și el tot gratuit, conținuturi online.

Pe 11 august 1994, un localnic din Philadelphia, Phil Brandenberger, face prima comandă online pentru un album de muzică (*Ten Summoners' Tales* al lui Sting) pe unul dintre primele site-uri de vânzări online, NetMarket. În același an, un an foarte important, un tânăr de 30 de ani, posesor al unei diplome de informatică la Princeton, Jeff Bezos, înființează un alt site de vânzări online pentru cărți, discuri și material video: Amazon. Tot în 1994 sînt create o serie de directoare Web: Yahoo, Lycos, Infoseek, apoi AltaVista. Tot în același an, Lou Montulli și John Giannandrea inventează cookie-urile, care permit urmărirea comportamentelor utilizatorilor aflați online. Vom înțelege extrema lor importanță puțin mai tîrziu.

În 1995 (cînd apăreau, datorită companiei Sony, primele jocuri video 3D), cîteva ziare germane (*Die Tageszeitung*), japoneze (*Yomiuri Shinbun*) și franceze (*Libération*, *Le Monde diplomatique*, *Le Monde* și *Les Dernières Nouvelles d'Alsace*) lansează „caiete multimedia”, niște rezumate, tot gratuite, de actualități, însoțite de arhive ale ziarelor lor. În același an, în Statele Unite, francezul Pierre Omidyar creează eBay, primul site de vânzări cu licitație online; primul obiect vîndut pe acest site este un indicator laser scos din uz, cumpărat de un colecționar... Tot în același an este creată WebConnect, prima rețea publicitară online, care refuză inițial să utilizeze cookie-uri, ca să nu lezeze intimitatea utilizatorilor; anul următor, concurentul său, Double Click, nu ezită să utilizeze cookie-uri și face avere, înainte de a fi preluat de Google.

În 1995, cotidianul anglofon *The Hindu* propunea la rîndul său o versiune online a conținuturilor sale. Tot gratuit. În Franța, *L'Humanité*, în 1996, apoi *Le Monde*, în 1997, pun o parte din conținuturile lor online.

În 1998, doi foști angajați de la AOL își dispută paternitatea termenului „rețea de socializare”: Tina Sharkey și Ted Leonsis. Tina Sharkey merge chiar pînă la a înregistra numele de domeniu socialmedia.com.

Site-urile se înmulțesc; administrațiile, universitățile creează altele noi; se digitalizează un foarte mare număr de date și documente. În 1996, existau peste 2 milioane de site-uri. Devenea foarte dificil să te descurci printre ele; doi studenți de la Stanford, Sergey Brin și Larry Page, pun la punct BackRub, un algoritm subiacent al unui motor de căutare numit Google, care verifica numărul și calitatea conexiunilor la site-uri. Google se bucură rapid de succes și devine un mijloc prioritar de căutare online și de atragere a traficului spre site-urile de presă, care înțeleg că, pentru a fi citite, trebuie să fie repertoriate și vizibile pe acest motor de căutare. Iar în acest moment va începe tot ce e mai rău pentru media.

În 1997, cînd este creat un nou serviciu de închiriere de material video, sub numele Netflix, *Wall Street Journal*, care nu mai spera să-și rentabilizeze prin publicitate versiunea online, devine primul ziar din lume care cere o plată în schimbul accesului la aceasta, sub forma unui abonament. Succes foarte redus.

În 1998, Bill Gross creează sistemul care se numește astăzi Pay Per Click (agentul plătește furnizorul de găzduire de fiecare dată cînd un utilizator accesează publicitatea sa). Enormă speranță de venituri pentru media online, în curînd deziluzionată, căci Google va păstra veniturile pentru el. Nimeni nu înțelege deocamdată că mesageria și poșta vor dispărea, că în curînd toate ziarele din lume vor putea fi citite

fără a mai aștepta ca ele să fie difuzate și că versiunile pe hîrtie vor intra în cădere liberă...

În 1998, Microsoft acceptă, pentru a scăpa de amenințarea dezmembrării sale, să-și diferențieze mai bine sistemul incontestabil de operare Windows de programele sale aplicative (birotică, navigator Internet...). Îngrijorarea trece.

În 1999, în timp ce Google câștigă primele 25 de milioane de dolari și atinge 3 milioane de căutări pe zi, operatorul de telefonie japonez DoCoMo lansează primul serviciu de acces la Internet prin telefon, iar Gian Fulgoni și Magid Abraham creează ComScore, care utilizează un sistem de supraveghere pentru a măsura audiențele pe Web.

Totul este pregătit pentru apariția unui al patrulea canal media, care le va da peste cap în scurt timp pe celelalte trei: rețelele de socializare.

1. Cf. Marshall McLuhan, *Galaxia Gutenberg. Omul și era tiparului*, traducere de Luiza Năvodaru și Petre Năvodaru, Editura Politică, București, 1975 (n. tr.).
2. Titlul este intraductibil, pentru ca se referă la revista *Blast*, care a avut doar două ediții (1914 și 1915). Revista este considerată a fi fost un exemplu de expresie modernistă, care se distanța de valorile victoriene de la începutul secolului XX, inaugurînd mișcarea artistică de avangardă cunoscută sub numele „vorticism”. A inspirat, peste patruzeci de ani, titlul lui McLuhan (n. tr.).
3. Personaj bine cunoscut copiilor din basme și poezii: de fapt, numele este împrumutat din traducerea în engleză (*Tales of My Mother Goose*) a celebrelor *Contes de ma Mère l'Oye* ale lui Charles Perrault, de la începutul secolului al XVIII-lea (n. tr.).
4. Personaj fictiv creat de romancierul scoțian J.M. Barrie la începutul secolului XX, cu un mare succes reverberat în producții teatrale, cinematografice, în benzi desenate etc.: Peter Pan este un băiețel cu o psihologie egocentrică, care refuză să crească (deci să îmbătrînească) și a cărui copilărie nesfîrșită este presărată cu diverse aventuri (n. tr.).
5. Tet este o mare sărbătoare vietnameză, marcînd aniversarea Anului Nou Lunar. Ofensiva Tet a fost un contraatac surpriză al comuniștilor vietnamezi, greu

respins de americani, cu prețul unor pierderi uriașe. Ea a marcat și momentul în care opinia publică americană a început să condamne acest război (n. tr.).

- [6.](#) Federal Communications Commission, al cărei președinte, Mark S. Fowler, era un fost membru al staffului de campanie al lui Ronald Reagan (în 1976 și 1980) (n. tr.).
- [7.](#) Creat în 1934, sub denumirea Partidul Francez Național-Comunist, partidul a funcționat începând din 1940 sub sigla Partidul Francez Național-Colectivist, termenul „comunist” fiind interzis de autoritățile germane de ocupație (n. tr.).
- [8.](#) Susținută de partidele colaboraționiste franceze, Légion des Volontaires Français contre le Bolchévisme a fost creată la două săptămîni după ce Germania a invadat URSS (n. tr.).
- [9.](#) „Le Programme Commun” este un plan de reforme adoptat pe 27 iunie 1972 de Partidul Socialist Francez și Partidul Comunist Francez. Programul prevedea, în patru secțiuni, măsuri precum introducerea unui quantum de 1 000 de franci ca salariu minim pe economie, reducerea săptămînii de lucru la 39 de ore, vîrsta limită de ieșire la pensie de 60 de ani pentru bărbați și 55 de ani pentru femei, un nou cod al muncii, garantarea drepturilor sindicatelor etc. Se consideră că acordul celor două partide a permis candidatura, ca reprezentant unic al stîngii, a lui François Mitterrand în 1974 (n. tr.).
- [10.](#) În iarna lui 1954 temperaturile au scăzut foarte mult, iar penuria de locuințe de după război era uriașă: apelul abatelui Pierre, care anunța moartea unei femei prin îngheț în plină stradă, strîngînd la piept ordinul de expulzare din locuință, cerea populației să se mobilizeze într-o „insurecție a umanității” și a dus la înființarea asociației Emmaüs (n. tr.).
- [11.](#) Denumirea Europe nr. 1, post de radio menit să devină „numărul unu”, i se datorează lui Louis Merlin. În 1983, postul își schimbă oficial denumirea în Europe 1 (n. tr.).
- [12.](#) Massachusetts Institute of Technology (n. tr.).
- [13.](#) Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire (n. tr.).

Capitolul 11

A citi, a vedea, a auzi, a atinge, pînă la ameteală

2000-2020

Într-un eseu de primă importanță, intitulat *Within the Context of No Context*, apărut mai întâi în noiembrie 1980 în *The New Yorker*, care i-a consacrat un întreg număr, sociologul american George W.S. Trow explica faptul că, neavînd o istorie națională îndelungată, nici multe personaje reprezentative cu care să se poată identifica, concetățenii săi nu aveau drept eroi decît personajele de benzi desenate. Lipsindu-le o cultură istorică de lungă durată, care să le permită ierarhizarea evenimentelor și ideilor, ei nu puteau deosebi binele de rău decît într-un mod sumar. În special, explica el, mass-media americană așeza pe același plan informații de o importanță foarte inegală; iar lucrurile s-au înrăutățit, mai spunea el, după apariția televiziunii, care a redus masiv timpul consacrat lecturii cărților și ziarelor de calitate, precum și participării la dezbateri în cadrul unor asociații și cluburi ale foștilor elevi, ce permiteau formarea unor opinii

documentate. Americanii nu mai făceau parte așadar decât din două entități (pe care Trow le numește două „contexte”): ansamblul celor 200 de milioane de americani (populația de atunci) și „ansamblul intimității”¹, adică nucleul familial. Idealul lor era prin urmare să nu facă nimic altfel decât ceilalți, pentru a dobîndi un sentiment de apartenență, mulțumindu-se să se încreadă în spectacolul oferit de televiziune, care distrugea toate conflictele și care reprezenta „forța non-istoriei”².

Ca pentru mulți dintre prea puținii săi cititori, cartea a fost pentru mine o revelație și am fost foarte bucuros să pot, datorită editorului Claude Durand, să o aduc la cunoștința publicului francofon și să scriu prefața³. Fără să știu că tot ce spunea autorul despre televiziune se va verifica și mai bine în cazul rețelelor de socializare, care abia se conturau pe atunci.

Începînd din 2001, media poate ajunge oriunde în lume, ceea ce nu era posibil pînă atunci decât în cazul puținilor cititori străini ai cîtorva ziare anglo-saxone, auditorilor BBC sau RFI și telespectatorilor CNN și BBC. Ceea ce a permis și extremiștilor și mișcărilor teroriste să intre în contact cu un public mult mai mare.

Cînd începe secolul XXI, majoritatea ziarelor, radiourilor, televiziunilor erau deținute de un foarte mic număr de întreprinderi sau de persoane, preocupate de rentabilitatea investițiilor lor. Obsedate de audiență, condiție a supraviețuirii lor, aceste canale media manifestă de prea multe ori o predilecție pentru cei care preferă spectacolul în detrimentul informației și indignarea în detrimentul argumentației. Total preocupate de concurența dintre ele, nu sesizează că sînt toate pe cale de a fi măturate de platformele

digitale și rețelele de socializare, pe care le-ar fi putut crea ele înseși, în timp ce proprietarii nou-veniți ai acestora încep să facă averi uriașe și să preia celelalte canale media.

Dezvoltarea „rețelelor de socializare”

Cele două decenii dintre anii 2000 și 2020 sînt, în primul rînd, cele ale creșterii puterii „rețelelor de socializare”, al căror nume apăruse, cum am văzut, cu cinci ani înainte.

Profitînd din plin de legea lui Moore (care exprimă puterea crescîndă a microprocesoarelor) și de legea lui Metcalfe (care afirmă că utilitatea unei rețele este proporțională cu pătratul numărului utilizatorilor ei), aceste noi media vor forma treptat un nou spațiu de comunicare, de informare și divertisment. Fără un plan prestabilit. Fără a prevedea derivatele care aveau să pervertească cele mai lăudabile utopii ale unora dintre întemeietorii lor, punîndu-se în serviciul celor mai jalnice pofte ale majorității celorlalți.

O dată mai mult, cum s-a întîmplat din Evul Mediu încoace, un nou sistem de transmitere a mesajelor private se află la originea unui formidabil nou mijloc de comunicare de masă. O dată mai mult, un mijloc de comunicare devine o modalitate de a face avere pentru cei mai bine informați și un simplu mijloc de divertisment pentru ceilalți. O dată mai mult, proprietarii acestor noi media preiau controlul asupra precedentelor canale media pentru a le pune în serviciul lor.

Urmărirea an cu an, din 2000 pînă în 2020, a nașterii și dezvoltării acestor cîțiva monștri, precum și a apatiei celor

care le-ar fi putut opune rezistență pune în lumină extraordinara accelerare a Istoriei la care asistăm, în acest domeniu ca și în altele. Evoluții care, în secolele precedente, ar fi durat decenii se desfășoară acum în câțiva ani, ba chiar în câteva luni.

Iată care este această istorie.

În anul 2000 apar primele canale media în întregime online. Obsesia tuturor va consta în a capta atenția oamenilor, care trebuie reactivată, se spune, la fiecare 12 secunde – interval puțin mai mare în cazul imaginilor, puțin mai mic în cazul textelor.

Mai întâi, site-ul coreean OhmyNews, primul site participativ de informații; oricine putea să publice aici un articol; nu exista redacție, ci doar niște „verificatori” care decideau ce va fi publicat. Inițial, site-ul este un mare succes, cu pînă la 50 000 de contribuitori provenind din 100 de țări în 2007; apoi mari probleme financiare duc la eclipsarea sa. Tot în acel an, un cotidian regional britanic, *Southport Reporter*, este primul ziar care se lansează în întregime pe Internet. Ziarul există și astăzi. În același an, alte ziare fac aceeași greșală, precum *Bangla2000*, în India, și *Japan Today*, în Japonia. Tot atunci este creat Baidu, primul motor de căutare din China; astăzi este al doilea motor mondial ca număr de căutări zilnice (6 miliarde), după Google, și al patrulea cel mai vizitat site din lume. În același an, AFP creează un departament dedicat digitalizării.

În anul următor, 2001, atentatele teroriste din New York și Washington ocupă întreg spațiul informațiilor televizate și canalelor de informații. Larry Sanger, doctor în filozofie la

Reed College din Portland, lansează, sub denumirea Nupedia, un proiect de enciclopedie online: ar fi trebuit ca autorii să fie exclusiv experți, iar articolele lor să fie minuțios verificate înainte de a fi publicate; apoi, în fața eșecului acestui proiect din cauza încetinelii cu care erau validate articolele, el lansează Wikipedia, care nu are aceeași rigoare în procedura de validare și devine rapid o formidabilă reușită.

În 2002, doi foști angajați de la Paypal, Reid Hoffman și Allen Blue, creează o nouă rețea de socializare, LinkedIn, pentru a pune în contact persoanele aflate în căutarea unui loc de muncă, reluând ceea ce se face altfel în paginile cu anunțuri ale ziarelor; rețeaua aceasta de socializare (visul lui Théophraste Renaudot⁴ în secolul al XVII-lea, care ar fi putut fi înfăptuit de un ziar), preluată în 2016 de Microsoft, număra în 2020 peste 660 de milioane de utilizatori.

Proiectele acestea, ca și cele care au urmat, ar fi putut fi lansate de ziare, radiouri sau televiziuni. Ele dispuneau de mărcile și de competențele necesare pentru a o face. Nimeni, nicăieri, nu a încercat. Pentru că nimeni nu era interesat de aceste noi tehnologii și, mai ales, nu înțelesese că adevărata bogăție a viitorului se afla în datele furnizate de cititorii, auditorii, spectatorii lor. Fără îndoială, și pentru că se temeau să nu-și facă singure concurență. O greșeală.

În 2002, Amazon (care valora pe atunci aproape 4 miliarde de dolari, față de 90 de miliarde în 2020) se diversifică în continuare prin Amazon Web Services, care gestionează sectorul serviciilor, al aprovizionării și livrărilor, înainte de a deveni primul actor mondial al cloud-ului.

Pe 4 februarie 2004, pe când era încă student la Harvard, Mark Zuckerberg lansează „The Facebook”, un fel de album

inițial rezervat doar studenților din universitatea lui, înainte de a se deschide și altora. În august 2005, „The Facebook” devine Facebook. În 2006, site-ul devine accesibil oricui. Doi ani mai târziu, Facebook număra 100 de milioane de abonați, pentru a ajunge la 2,2 miliarde de utilizatori activi zilnic la sfârșitul anului 2020. Și în acest caz, un ziar sau o televiziune ar fi putut să facă acest lucru plecând de la propria bază de abonați și de la foarte vechile sale servicii de creare de relații la nivelul publicului.

În același an, când existau 5,6 milioane de site-uri Internet, patronul lui Google încă mai afirma că misiunea întreprinderii lui era doar să-l orienteze pe cel care depunea o cerere pe motorul său de căutare către site-ul (în particular, canalul media) cel mai pertinent; și nu să-l informeze nemijlocit, ceea ce va face totuși, peste alți doi ani, cu Google News, conglomerator de articole din media online, care scoate în față informațiile cele mai consultate, fără vreo analiză sau recomandare; conform unui algoritm misterios, care controlează în special ceea ce va purta în scurt timp numele de „grafuri sociale” (adică ansamblul datelor privind comportamentul, numele site-urilor frecventate, solicitările adresate de fiecare utilizator motoarelor de căutare).

De altminteri, tot în 2004, este lansat un joc video care îl pune pe jucător în pielea asasinului lui J.F. Kennedy, cu un concurs care permitea câștigarea a 100 000 de dolari dacă cineva reușea să reconstituie exact atentatul. Urmează și altele. Jocul video se apropie din ce în ce mai mult de informație.

În 2005 este postat primul video pe YouTube. Pe 7 iulie 2005, atentatele de la Londra reprezintă ocazia pentru un ziar

britanic, *The Guardian*, de a actualiza în flux continuu, pentru prima dată, conținuturile site-ului său Internet și de a scoate astfel în evidență puterea potențială a jurnalismului online. Fără a avea, nici în acest caz, vreo sursă de venit asociat. În 2021, este unul dintre primele site-uri de informații online din lume, cu peste 44 de milioane de vizitatori zilnic.

Pe 21 martie 2006, Jack Dorsey întemeiază Twitter, care peste trei ani depășește milionul de utilizatori și la sfârșitul anului 2020 trece de 320 de milioane. În acest caz este vorba în mod clar de un canal media online, și nu de un mijloc de a trimite mesaje private; oricine poate deveni acolo ziarist; un prim fel de *avvisi* digital. În același an, în Suedia, este înființat Spotify, utilizat în 2020 de aproape 300 de milioane de persoane pentru a obține acces la muzică prin intermediul unor abonamente, de pe urma cărora artiștii beneficiază prea puțin și, în plus, într-un mod nelămurit. Și în acest caz, nimic nu ar fi împiedicat un post de radio sau o televiziune să-l lanseze. Nu au făcut-o, de teamă să nu intre în concurență cu ele înseși. Eroare fatală.

În 2007, când iese pe piață primul iPhone al lui Apple, care va revoluționa utilizarea Internetului, făcându-l să basculeze spre telefon, și când apar primele jocuri pe telefon, Facebook introduce sistemul Beacon, care permitea abonaților săi să le transmită automat tuturor „prietenilor” informații despre cumpărăturile și abonamentele lor, ceea ce va duce la un proces și la închiderea lui Beacon. A fost o primă – și foarte provizorie – stopare a apropiierii datelor de către ceea ce nu purta încă numele de GAFA⁵.

În 2009 apare un program de urmărire a audienței ziarelor online, Chartbeat, care le oferea o viziune clară asupra a ceea

ce se petrecea pe site-ul lor și asupra comportamentului cititorilor lor. Însă nu dădea acces la comportamentele cititorilor pe celelalte site-uri. Redacțiile vor deveni foarte dependente de Chartbeat. În octombrie 2010, americanul Kevin Systrom și brazilianul Mike Krieger înființează Instagram pentru a face schimb de imagini, preluat doi ani mai târziu de Facebook; la începutul anului 2021, peste un miliard de persoane îl utilizau lunar, dintre care jumătate zilnic.

În ianuarie 2011, societatea chineză Tencent creează WeChat, care își propunea să fie un echivalent al lui WhatsApp. Astăzi, a devenit și operator de telefonie mobilă, o aplicație de mesagerie, o bancă, un chioșc de ziare, o agendă și multe altele. Totul în engleză și în chineză; în 2021, din miliardul de abonați, 600 de milioane îl utilizează cel puțin o dată pe lună, majoritatea în Asia.

În 2011, este lansat Twitch, o platformă de *sharing* de jocuri video, preluată de Amazon. Este al 14-lea cel mai popular site din Statele Unite, cu peste 15 milioane de vizitatori zilnic, cu o vîrstă medie de 21 de ani.

În 2012 apare Tinder, o aplicație de întâlniri, care număra aproape 60 de milioane de utilizatori în 2020. În același an este creat NowThis, canal media inițial prezent doar pe rețelele de socializare.

În mai 2015, vreo zece editori (*National Geographic*, *Wall Street Journal*, *Buzzfeed*, *New York Times*, *The Atlantic*, *The Guardian*, *Der Spiegel*, BBC...), nemaiputînd să-și păstreze cititorii, care se deplasau spre site-uri Internet gratuite și, în special, spre Facebook, unde toate articolele sînt accesibile online, se resemnează și semnează un parteneriat cu

Facebook (care avea pe atunci 1,4 miliarde de utilizatori lunar), autorizându-l să le publice direct articolele lor, în schimbul unei mici remunerații. Consecință imediată: anul următor, 44% dintre americani afirmă că se informează în principal printr-un canal media online; în realitate, ei se informau prioritar, în mod gratuit, pe Facebook, care revinde, exclusiv în propriu-i beneficiu, unor agenți informațiile considerabile pe care i le dau gratuit utilizatorii, fără să le comunice către canalele media care îi încredințaseră conținutul lor.

Utilizarea tot mai extinsă a programului Chartbeat determină ziarele online să pornească la vânătoare de clicuri, la titrarea agresivă, la reperarea și crearea unor subiecte de mare importanță, anterior prost reperate, precum *gender issues*.

În 2016, Guillaume Lacroix creează, în Franța, Brut, după ThisIsNow în Statele Unite, canale media online hibride, cu un succes care devine rapid planetar.

În 2017, Jim VandeHei, Mike Allen și Roy Schwartz (foști angajați la *Politico*) creează Axios, canal media care își propunea să furnizeze o informație „mai inteligentă și mai rapidă asupra a tot ce este important”: articole de maximum 300 de cuvinte, două podcasturi cotidiene, câteva documentare. Axios număra 400 000 de abonați la sfârșitul anului 2020.

Tot în 2017, societatea chineză ByteDance creează TikTok, o rețea de socializare de partajare a videourilor care, după doar trei ani, revendică 625 de milioane de utilizatori pe lună. Cererea latentă era prezentă, de mult timp, și era gigantică.

Trebuia doar ca cineva să o întrezărească. Și în acest caz, nici unul dintre vechile canale media nu a știut să o facă.

În același an este lansat jocul *Fortnite*, care a înregistrat în 2020 peste 300 de milioane de jucători în întreaga lume și a fost apoi utilizat ca platformă pentru retransmiterea concertelor și a altor evenimente. Un joc a devenit media.

În 2020, se estima că, în cazul acestor rețele, ca și al tuturor celorlalte media, perioada medie la capătul căreia atenția trebuia reactivată era de aproximativ 8 secunde, față de 12 secunde în anul 2000. Tot ce va urma decurge de aici.

Ziarele pe hîrtie: prăbușirea

Chiar dacă declinul ziarelor pe hîrtie, în special al cotidieneilor, care începuse la sfîrșitul anilor 1980, se accelerează considerabil în foarte multe țări, cîteva ziare, puține, cotidiene sau nu, sînt încă foarte citite și foarte rentabile, aflîndu-se în general în proprietatea unor mari grupuri financiare. Conținutul lor constă în cea mai mare parte în informații locale, sportive și economice, rareori în informații internaționale; de asemenea, foarte adesea, în motive, mai mult sau mai puțin imaginare, de indignare. Cîteva ziare, peste tot în lume, continuă să se ocupe de informații autentice și verificate, chiar dacă dispun de tot mai puține mijloace.

Ziarele pe hîrtie sînt tot mai puțin adaptate la modul de viață rapid și schimbător din prezent: lectura unui cotidian cere timp. Iar dacă-l cumperi, o faci pentru a-l citi în cursul zilei, și nu pentru a-l păstra, cum procedezi cu o carte. Și cînd

îl citești, informațiile pe care le conține sînt adesea mult depășite. Așa că îl citești tot mai mult pentru analizele de fond sau pentru subiecte foarte specifice ori pentru opinii.

În 2020, cotidienele cele mai citite din lume erau două ziare japoneze, *Yomiuri Shinbun* (care revendică 9,1 milioane de exemplare pe zi) și *Asahi Shinbun* (6,6 milioane), ambele aparținînd unor firme și unor familii repute; urmează apoi două cotidiene indiene în hindi: *Dainik Bhaskar* (3,8 milioane), proprietate a unei cunoscute corporații, și *Dainik Jagran* (3,3 milioane), în aceeași situație; apoi un ziar chinez, *Reference News* (3,07 milioane), aflat în proprietatea agenției naționale de presă Xinhua News Agency; apoi un alt ziar japonez, *Nikkei* (2,8 milioane), aparținînd unei corporații renumite, care a preluat și *Financial Times* în 2015 de la Pearson PLC; apoi încă un ziar chinez, *People's Daily* (2,8 milioane), ziar oficial al Partidului Comunist Chinez; și, la egalitate, alte două cotidiene indiene (*Amar Ujala* și *The Times of India*). Toate tratează, cu seriozitate și doctrinar, problemele naționale și economice; și toate, cu excepția celor două ziare chineze, aparțin unor grupuri capitaliste puternice și își obțin cea mai mare parte din venituri din publicitate. *USA Today*, ziar care ocupa locul trei în 2017, cu 4 milioane de exemplare în 2016, nu mai avea, în 2020, decît un tiraj de 1,4 milioane săptămînal și 0,8 milioane în weekend. Nici un ziar european nu figurează pe lista primelor zece cotidiene pe plan mondial.

Cele mai citite periodice din lume (dacă exceptăm broșurile regulate redactate pentru asociații, precum *AARP magazine* și *AARP Bulletin*, pentru vîrstnici, care au fiecare un tiraj de 23 de milioane de exemplare în Statele Unite, sau pentru clienții rețelelor de distribuție, precum *Costco Connection*, care are un

tiraj de 12 milioane de exemplare) sînt patru reviste americane, care se pretind total inocente din punct de vedere politic, în realitate foarte legate ideologic de valorile occidentale și de societatea de consum: *Readers Digest* (10 milioane de exemplare, cu zece apariții anuale), urmată de alte trei, cu un tiraj de 3 milioane de exemplare: *National Geographic*, *Sports Illustrated*, *Time*, la care se adaugă revista chineză *Duzhe*. În rest, principalele reviste sînt consacrate în principal programelor de televiziune sau sporturilor, celebrităților și subiectelor zise feminine. Invers decît s-ar fi putut crede: cu cît sînt mai puțin angajate, cu atît se vînd mai bine.

În 2020, în Japonia, unde există trei dintre primele zece cotidiene din lume, se publica în continuare zilnic un exemplar dintr-un cotidian la 4 locuitori. 95% dintre ele sînt distribuite la domiciliu cu abonament. *Weekly Shonen Jump* continuă să aibă un tiraj de peste 2,4 milioane de exemplare.

În India, există aproape 120 000 de ziare (dintre care 36 000 săptămînale), cu 186 de milioane de cititori zilnici ai cotidienelelor (adică unul la 7 locuitori). Patru cotidiene își împart trei sferturi din publicul cititor în hindi, dintre care două ocupă, cum am văzut, a treia și a patra poziție la nivel mondial. Săptămînalul *Vanitha* are un tiraj de peste 2,5 milioane de exemplare. India a devenit astfel, și încă de departe, cea mai mare țară importatoare de hîrtie de ziar din lume. Dar democratizarea foarte rapidă și masivă a smartphone-urilor și a Internetului începe să reorienteze, acolo, ca și în alte părți, căutarea informațiilor înspre media online.

În China, în 2020, peste 9 000 de reviste și 2 000 de ziare erau deținute de consorții, controlate direct sau indirect de întreprinderi naționale, adică de Partidul Comunist și de guvern. Ziarele cele mai vândute sînt *The Reference News*, *The People's Daily*, *Yang Cheng Wan Bao*, *China Daily*, *Jie Fang Daily* și *Beijing Daily*. Principala sursă de venituri a acestor ziare este publicitatea. Chiar și așa, conținutul este controlat din punct de vedere ideologic, într-o economie de piață controlată de Partidul Comunist. Ca și în alte părți, numărul publicațiilor pe hîrtie, precum și numărul cititorilor scad rapid. 96,6 milioane de exemplare de cotidiene sînt vîndute zilnic: în 2020, 19% dintre chinezi citeau zilnic un cotidian, față de 52% în 2010.

În Coreea de Sud, principalele cotidiene (*Chosun Ilbo*, *Dong-A Ilbo* și *Joong-ang Ilbo*) sînt deținute de mari grupuri industriale sau grupări religioase; ele au un tiraj de peste un milion de exemplare fiecare, la o populație de 52 de milioane de locuitori. 90% din cifra de afaceri a presei scrise coreene provine din publicitate. Și aici, scăderea este foarte rapidă: achiziția de hîrtie de ziar a scăzut cu peste 50% între 2010 și 2018 și cu încă 30% în 2019 și 2020.

În Statele Unite, circulația cotidienei se prăbușește, cum am văzut, începînd din 1990: tirajul cotidienei, care a atins apogeul în 1984 (63,3 milioane de exemplare), nu mai era decît de 43,7 milioane în 2006 și de mai puțin de 33 de milioane în 2020. În plus, veniturile lor din publicitate scad cu mare viteză (-62% între 2008 și 2018). Timpul consacrat de americani lecturii cotidienei trece de la 25 de minute zilnic în 2010 la 12 minute în 2018. Aproape jumătate dintre adulții născuți între 1980 și 2000 nu citesc niciodată cotidiene.

Numărul total al cotidienelelor americane a scăzut de la 1 748 în 1970 la 1 279 în 2018. New York, care avea 10 cotidiene în 1945, nu mai are decât 3 în 2020. Numărul ziariștilor din presa scrisă a scăzut de la 71 000 în 2008 la mai puțin de 30 000 în 2020, cu un statut din ce în ce mai precar. Ziarele se regroupează sau dispar: *New York Post* și *Wall Street Journal* trec, în 2007, în mâinile lui Rupert Murdoch, care posedă în 2020 aproape 200 de titluri în toată lumea. *New York Times*, primul ziar din America, cu cel mai mare număr de ziariști, continuă să fie deținut parțial de un holding, The NYT Company (care mai avea în proprietate și *Boston Globe*, a cărui valoare s-a prăbușit la rîndul ei, precum și cîteva ziare regionale), care aparține, din 1896, familiei Sulzberger; restul capitalului este deținut parțial de un mexican, Carlos Slim, inițial industriaș în telecomunicații, care are una dintre cele mai mari averi din lume. *Washington Post* îi aparține din 2013 lui Jeff Bezos, care vrea să utilizeze în cadrul ziarului toate tehnologiile digitale. Puține dintre aceste ziare dispun de mijloacele editoriale necesare pentru a lansa și a urmări o anchetă aprofundată pe un subiect controversat. Statele Unite au pierdut în jur de un sfert din ziarele lor între anii 2000 și 2020. Majoritatea celor care s-au închis sînt săptămînale și alte ziare necotidiene. Aproximativ 1 500 de comitate (dintr-un total de aproximativ 3 000) nu mai dispun decât de un singur ziar – adesea săptămînal. Aproximativ 200 de comitate nu mai au nici un ziar. Comitatele din Sud sînt mai lipsite de ziare decât cele din Nord. Majoritatea ziarelor americane au tot mai puțini ziariști care se dedică informației; *Daily News* nu mai dispune de *news room* începînd din august 2020. Scandalurile, faptele diverse, sportul, celelalte canale media,

cinematograful, informațiile practice constituie esențialul conținutului ziarelor. Americanii nu conștientizează aceste evoluții: 71% dintre ei consideră că ziarul lor local o duce bine, în timp ce doar 14% dintre ei au cumpărat regulat un exemplar de-a lungul unui an.

Unele reviste, cum am văzut, continuă să fie foarte puternice, mai ales dacă sînt legate de grupuri comerciale sau de asociații. Ele seamănă mai curînd cu niște cataloage decît cu niște ziare.

În Europa, țările care au cel mai mare procentaj de cititori de cotidiene tipărite sînt Norvegia și Finlanda, unde 70% din populație citește presa cotidiană scrisă, față de mai puțin de 10% în Bulgaria și Polonia; în Norvegia, se contabilizează 520 de exemplare vîndute la 1 000 de adulți; 430 în Finlanda și 410 în Suedia; 230 în Regatul Unit; 270 în Germania; 130 în Franța și 105 în Spania. Mai mult decît în America, în toate aceste țări sînt căutate opiniile disidente, în care cititorii să se recunoască. Peste tot, săptămînalele cele mai vîndute sînt cele care publică programe de televiziune, urmate de revistele pentru femei și de cele care se ocupă de celebrități mai mult sau mai puțin trecătoare. La fel cum fac consumatorii cu publicitatea, cititorilor le place să trăiască vieți mai plăcute prin procură. Țările scandinave sînt și cele în care încrederea în media este cea mai puternică.

În Marea Britanie, tirajul cotidienele scade la jumătate între 2008 și 2020. *Sun* trece de la 3 milioane de cititori în 2010 la 1,2 milioane în 2020 și este depășit de cotidianul gratuit *Metro* (1,4 milioane), creat în 1999 și care a devenit primul cotidian european, foarte departe de primele 10 ziare din lume. Apoi urmează *Daily Mail* (1,1 milioane), *Evening*

Standard (787 000), *Daily Mirror* (441 000) și *Times* (360 000); gospodăriile britanice cheltuiesc în 2020 jumătate din ce cheltuiau în 2005 pentru achiziționarea de ziare și doar 19% dintre adulții din Regatul Unit citesc zilnic un cotidian.

Și în Germania tirajul cotidieneleor se prăbușește, ajungând de la 22,5 milioane în 2003 la 12,5 milioane în 2020. Mai puțin de jumătate din populație citește un cotidian, față de 85% în 1970. Primul dintre ele, *Bild* (1,37 milioane), ziar de scandal, continuă să se afle în proprietatea văduvei lui Axel Springer (grupul realizează de acum înainte cea mai mare parte din cifra sa de afaceri în afara presei); el se situează mult înaintea celui de-al doilea ziar german, *Süddeutsche Zeitung* (275 000 de exemplare), reputat pentru seriozitatea și independența sa; *FAZ* (*Frankfurter Allgemeine Zeitung*) atinge cu greu 200 000 de exemplare; *Die Welt* se situează mult în urma lor, cu doar 66 000 de exemplare. În zece ani, veniturile din publicitate ale presei cotidiene germane au scăzut la jumătate.

Și în Franța presa scrisă se prăbușește: consumul de ziare și de presă scrisă se situează la nivelul cel mai de jos de când a început să fie măsurat, în 1940, cu 28,6 milioane de exemplare în cazul cotidieneleor și 30,8 milioane în cel al săptămânalelor. Doar 5% dintre cei sub 30 de ani citesc regulat un ziar pe hârtie, mai ales *L'Équipe*. Doar 20% dintre liceenii francezi citeau un ziar de mai multe ori pe lună în 2020, față de 60% în 2008. Cotidianul cu cea mai mare circulație este *20 Minutes*, ziar gratuit, creat în Franța în 2002 și deținut de grupul belgian Rossel și grupul Sipa-Ouest-France, care revendică 4 milioane de cititori și un tiraj de 900 000 de exemplare. Cotidianul cel mai vândut continuă să fie *Ouest-France*, cu 625 000 de exemplare (ceea ce este foarte departe de tirajele

britanice sau de primul cotidian german), urmat de *Le Monde* (375 000), *Le Figaro* (330 000), *Le Parisien* (180 000) și *L'Équipe* (235 000). *Les Échos* (131 000) a fost preluat în 2017 împreună cu *Le Parisien* de LVMH de la grupul Pearson, care-l preluase de la familia Beytout în 1988. *Libération* (71 000) este depășit și de numeroase cotidiane de provincie. În plus, aceste statistici trebuie luate cu prudență, pentru că sînt furnizate de mass-media însăși. Săptămînalele, printre care *L'Obs* și *L'Express*, s-au prăbușit, spre deosebire de altele, precum *Le Point*, *Marianne*, *Télérama*, *Valeurs actuelles* și *Le Canard enchaîné* (care păstrează un tiraj în jur de 450 000 de exemplare, dintre care mai bine de jumătate cu abonament). Unele reviste foarte speciale sînt adevărate succese editoriale, precum *Le 1*, în timp ce *Le Débat*, în schimb, se oprește, iar cei doi editori ai săi, Pierre Nora și Marcel Gauchet, scriu în ultimul lor editorial: „Consultarea online la un preț mult mai mic decît cumpărarea unui exemplar – oricît de plăcut ar fi fenomenul din multe puncte de vedere – îi schimbă radical sensul și marchează chiar moartea programată a ceea ce a fost dintotdeauna o revistă. [...] Consultarea online scoate un articol din contextul său pentru a-l transforma într-o realitate dezrădăcinată”.

Conform unui studiu coordonat, în 2017, de economista Julia Cagé și de sociologul Olivier Godechot, mai bine de jumătate din media franceză este controlată de afaceriști și de asiguratorii. La aceștia trebuie adăugați o serie de industriași din industria de apărare și a luxului.

În Italia, *Corriere della Sera* este primul cotidian al țării, cu doar 225 000 de exemplare. În Spania, deși castiliana este limba maternă a 427 de milioane de persoane din 20 de țări

diferite, nici un ziar scris în această limbă nu a trecut frontierele țării, unde proporția adulților care citesc un ziar pe hîrtie a scăzut de la 37% în 1997 la 25% în 2017. La modul general, presa scrisă a țării, cu excepția presei sportive, se află în cădere liberă din 2008; în 2020, tirajul primului cotidian al țării, *El País*, nu depășea 160 000 de exemplare.

În Rusia, guvernul posedă nemijlocit două din cele 14 ziare naționale și un mare număr din cele 45 000 de periodice. Ziarele independente supraviețuiesc cu mare dificultate. *Vedomosti*, cotidian economic (lansat în 1999 de *Financial Times*, *Wall Street Journal* și primul grup de presă finlandez, Sanoma), aparține acum unui grup rus care editează un tabloid. *Kommersant*, lansat în 1989, a fost preluat în 2006 de un oligarh de la Gazprom. *Pravda* continuă să existe, gestionată din nou de Partidul Comunist Rus; *Izvestia* aparține lui Gazprom, cu un tiraj de 234 500 de exemplare în 2020. *Novaia Gazeta* continuă să apară, în ciuda asasinării mai multora dintre ziariști săi.

În Australia, grupul Murdoch, care posedă numeroase ziare și în Regatul Unit (precum *The Sun*, *The Times*) și în Statele Unite (*The New York Post*, *The Wall Street Journal*), controlează 70% din presă.

În Indonezia existau, în 2019, 172 de cotidiene, cu un tiraj total zilnic de doar 4,7 milioane de exemplare la 267 de milioane de locuitori.

În Etiopia, o populație de 110 milioane de locuitori citește 23 de ziare principale, cu un tiraj foarte limitat și al căror preț de vânzare este atît de ridicat, încît mulți cititori se mulțumesc să le închirieze pentru cîteva minute. În Africa de Sud, cel mai mare cotidian este *Daily Sun*, creat în 2002 și cu un tiraj de 287

000 de exemplare în 2020; *Sunday Times* (creat în 1906 de George Herbert Kingswell) este și astăzi cel mai mare ziar din țară, cu un tiraj săptămînal de 450 000 de exemplare. În Brazilia, tirajul total (în scădere) al cotidienelelor este de 4,5 milioane de exemplare. *O Globo* și *Folha de S. Paulo* se numără printre cele mai importante.

Principalul semn al prăbușirii mondiale a presei pe hîrtie se vede după consumul de hîrtie de ziar, care a scăzut la nivel mondial cu trei sferturi între 2000 și 2020; și chiar mai mult, cum am văzut, în America de Nord. Consumul acesta scade peste tot din ce în ce mai rapid, inclusiv în India, începînd din 2019. Deocamdată, cu excepția Japoniei.

În ultimii douăzeci de ani, aproape peste tot în lume s-au menținut ori s-au dezvoltat scrisorile confidentiale, foarte scumpe sau trimise gratuit clienților lor de mari instituții financiare; ele rămîn (ca de pe vremea acelor *avvisi* din secolele al XVI-lea și al XVII-lea) mijloace de informare pentru cei puțini; unele încă au o pondere considerabilă în deciziile industriale, financiare și politice; informațiile pe care le conțin sfîrșesc prin a fi popularizate, cu oarecare întîrziere, cu atît mai mult cu cît Covidul face ca procurarea lor prin alte media să fie mai dificilă.

Ziarele trec online

Toate ziarele pe hîrtie își încearcă acum norocul online. Iar în acest scop încearcă și mai mult să afle ce le place cititorilor lor și să le capteze atenția cît mai mult timp. Chartbeat și celelalte

programe echivalente joacă un rol determinant în această urmărire detaliată, minut cu minut, articol după articol, a audienței, începînd din 2010. Aproape nici un ziar nu reușește totuși să-și convingă cititorii online să plătească. După ce au încercat să supraviețuiască doar din publicitate, ele optează adesea pentru modele „freemium”, cu o parte din conținut gratuit și o alta cu plată. Dar, cum între 30% și 60% din traficul de pe site-urile lor vine dinspre Google (al cărui serviciu Subscribe with Google își propune să ușureze procesul de abonare la un site de presă), o parte semnificativă din valoarea abonamentului este păstrată de Google, care controlează și utilizează comportamentele de pe rețelele de socializare ale acestor abonați dincolo de informațiile pe care Chartbeat poate să i le aducă ziarului. În orice caz, aproape nici un canal media online nu reușește să atragă destulă publicitate; cu atît mai puțin să facă din aceasta o activitate rentabilă.

Printre ziarele care au reușit cel mai bine trecerea în mediul online, cu venituri din abonamente, se numără în primul rînd *New York Times*, care susține că este în prezent cel mai mare ziar cotidian digital din lume, cu 5,7 milioane de abonați pe Internet (socotind inclusiv suplimentul cu jocuri și cel gastronomic); pe 5 august 2020, veniturile provenite din versiunea digitală a ziarului le-au depășit pentru prima dată pe cele ale versiunii pe hîrtie.

La începutul anului 2021, urmează apoi *Wall Street Journal*, cu 2,2 milioane de abonați pe Internet, *Informer* (2,1 milioane) și *Washington Post* (2 milioane), deci pe primele locuri găsim patru media americane; urmează *Financial Times* (cu 1,1 milioane) și *Nikkei* (Japonia), care a devenit *Nikkei Asia* în

septembrie 2020, cu 700 000 de abonați, la 144 de ani după crearea sa. *Guardian* este ziarul britanic online cel mai citit. Primul ziar chinez online, *Caixin*, nu numără decât 300 000 de abonați. În Franța, *Le Monde* susține că are 240 000 de abonați online, iar *Le Figaro*, 200 000.

Transferurile spre domeniul digital sînt așadar masive, dar cu o gigantică pierdere de valoare (un abonament digital nu îi aduce lui *New York Times* decât 150 de dolari pe an, față de 700 în cazul unui abonament la versiunea pe hîrtie).

Puține titluri născute online, precum *Slate*, reușesc să se echilibreze prin publicitate. Altele, prin abonamente, precum *Mediapart*. Iar altele încearcă și ele același lucru, cu unele speranțe de succes, precum *Huffington Post*, *The Conversation* sau *Les Jours*, *Arrêt sur images* sau *Le Média*. Se conturează un model complet nou, care se asociază de altminteri cu radioul, de vreme ce ambele datorează o parte din echilibrul lor dezvoltării de podcasturi.

Radioul, un declin controlat

În 2020, radioul continuă să fie un canal media foarte puțin costisitor de fabricat și de recepționat, pe un aparat de radio, pe un telefon și pe Internet, la domiciliu sau în deplasare. Este foarte adaptat la modul actual de viață, iar închiderea provocată de Covid i-a dat un nou impuls. Trei miliarde de persoane ascultă cele aproximativ 100 000 de stații din lume, care emit în mai multe mii de limbi, cel puțin o dată pe săptămîină; îndeosebi locuitorii comunităților izolate, săracii și

analfabeții, care sînt încă foarte numeroși... Radioul este ascultat mai ales pentru muzică, sport și informații de proximitate, cu precădere meteo și trafic rutier. De altminteri, în 2004 au apărut podcasturile – care permit ascultarea unor emisiuni lungi la orele alese de ascultători, continuîndu-se astfel evoluția începută cu magnetoscopul în 1975. Statele Unite sînt lidere în această direcție, urmate de Brazilia, Franța și Spania.

Și totuși, radioul a intrat în declin, ca și presa scrisă. În Statele Unite, în 2020, 80 de milioane de persoane continuau să-l asculte cel puțin o dată pe săptămînă, tot mai mult pe Internet. Timpul petrecut ascultînd radioul nu mai este decît de 100 de minute pe zi (față de 240 în anii 1930). Numărul de posturi de radio comerciale a trecut de la 10 000 în anul 2000 la peste 15 000 în 2019. 60% dintre americanii de peste 18 ani cred că radioul este cel mai de încredere canal media, mai ales de cînd a început pandemia. Rețeaua publică, NPR, reunește 849 de radiouri cu scop nelucrativ, mai ales radiouri muzicale. De altfel, NPR a lansat primul podcast din lume, NPR One, care reunește emisiuni ale NPR, programe ale stațiilor afiliate și conținuturi exterioare; el urmărește să devină un „Netflix of listening”. Google, Spotify și unele ziare, precum *Daily News* și *New York Times*, s-au lansat și ele în această direcție, cu succes.

În Marea Britanie, în 2020, 90% dintre adulți încă ascultau radioul săptămînal, dintre care 15% via Internet. Dar timpii de ascultare au scăzut puțin, de la 22,3 ore pe săptămînă în 2010, la 20,2 ore în 2020. Stațiile cele mai ascultate sînt BBC Radio 2 (14,3 milioane de ascultători), urmată de BBC Radio 4 (cu un program muzical celebru încă din 1942, „Desert Island Discs”),

BBC Radio 1 și Classic FM. Și în acest caz, precumpănesc muzica, sportul și informațiile meteo. BBC World Service, retransmis în 40 de limbi, este teoretic ascultat săptămînal de peste 210 milioane de persoane din toată lumea.

În Franța, în 2020, peste 40 de milioane de persoane ascultau zilnic cel puțin unul dintre cele 1 235 de radiouri publice și 1 415 radiouri private; 15% ascultau radioul pe Internet. În capul listei se află France Inter, RTL, NRJ, Europe 1 și Skyrock. Pentru cei doritori de informație, France Info, France Culture și Radio Classique au devenit inconturnabile. Radiourile muzicale și radiourile comunitare sînt înfloritoare. Totuși, în zece ani, toate radiourile, luate împreună, au pierdut peste 2 milioane de ascultători. Și în cazul lor, pandemia a încetinit declinul și a mărit audiența. În 2017, Skyrock, întemeiat de Pierre Bellanger, era unul dintre puținele canale media clasice care creaseră o rețea de socializare, Skred, mesagerie securizată în peer-to-peer integral. Mesageria aceasta avea, la începutul anului 2021, 8 milioane de utilizatori în lume și înregistra un nou utilizator la fiecare 6 secunde.

În Germania, în 2020, 36 de milioane de persoane ascultau încă zilnic 443 de stații de radio, într-o ușoară scădere față de 2016; stațiile cele mai ascultate sînt Radio NRW, Bayern 1 și SWR3. Și aici, mai ales informații, muzică și sport.

În India, 99% din populație are acces la radio, care aparține 100% rețelei publice All India Radio (AIR); radiourile private nu dispun decît de o licență și nu au dreptul să difuzeze decît muzică și divertisment. Doar 50 de milioane de persoane, adică 3% din populație, ascultă radioul.

În China, 22% din populație ascultă radioul zilnic. Stațiile cele mai ascultate sînt radiouri muzicale și sportive.

Televiziunea încă mai rezistă

Televiziunea este din ce în ce mai puțin adaptată la modul de viață modern. Aceasta dacă excludem urmărirea evenimentelor sportive, uneori a jurnalelor televizate, a emisiunilor-concurs de jocuri și a reality-show-urilor, a serialelor și a campaniilor electorale.

În medie, oamenii petreceau în 2020 aproximativ 3 ore pe zi în fața televizoarelor; iar durata aceasta scade constant. Evenimentele cele mai urmărite în direct au fost ceremonia de deschidere a JO de la Pekin, în 2008 (2 miliarde de persoane), și salvarea minerilor chileni, în 2010 (1 miliard de persoane): sportul și voaiorismul.

Cea mai mare parte a timpului petrecut de spectatori în fața unui televizor este consacrat sportului și divertismentului. Doar 6% din acest timp este consacrat informării. Așa-numitele canale de informații în flux continuu fac în general, peste tot în lume, tot ce le stă în puteri, inclusiv gesturi de cea mai proastă calitate, pentru a atrage publicul, reluînd încontinuu secvențele cele mai teribile, alegîndu-și invitații nu după competența lor, ci după capacitatea lor de a se indigna, de a face scandal. Unele sînt, mai mult sau mai puțin fățiș, canale de „propagandă”. Cele mai extremiste recrutează mai mulți clienți decît cele rezonabile.

În Statele Unite, televiziunea nu mai reprezintă un mijloc de informare decât pentru 12% dintre cei cu vârsta cuprinsă între 18 și 29 de ani, 21% dintre cei cu vârsta cuprinsă între 30 și 49 de ani, 25% dintre cei cu vârsta cuprinsă între 50 și 64 de ani și 43% dintre cei de peste 65 de ani. În 2020, prima rețea americană, CBS Network, nu mai avea, în medie, decât 7 milioane de spectatori în prime time; NBC, 6 milioane, ABC, 6 milioane, apoi Fox, 4 milioane, și Fox News, 2,5 milioane. Familia Murdoch a triumfat. Marile emisiuni precum „Meet the Press”, lansată în 1946, și „60 Minutes”, lansată în 1968, supraviețuiesc. Declinul este deosebit de vizibil în cazul canalelor locale, care se chinuie să mențină calitatea programelor de proximitate; politica națională este și ea neglijată: dezbateră prezidențială din septembrie 2020, între Donald Trump și Joe Biden, a atras 73 de milioane de spectatori, adică cu 11 milioane mai puțini decât cea din 2016, între Donald Trump și Hillary Clinton. Chiar dacă, de la începutul crizei sanitare a coronavirusului, *the evening shows* ale celor patru mari canale (ABC, NBC, CBS și Fox) câștigă din nou în audiență. Ceea ce a mai rămas din grupul Murdoch, revândut în cea mai mare parte către Disney, continuă să fie condus din Los Angeles de către unul dintre fiii lui Rupert Murdoch.

În Europa, 82% dintre adulți se uită zilnic la televizor, urmărind canale foarte diverse. Cea mai mare parte a audienței depinde de obținerea drepturilor de retransmitere a marilor evenimente sportive. În Germania, există în prezent peste 365 de canale de televiziune. Primele sînt ZDF (13% din cota de audiență), Das Erste (11,3%), RTL (8,4%). În Italia, Rai 1

(17,43%), Canale 5 (15,37%), Rai 3 (6,73%). În Marea Britanie: BBC One (20,5%), ITV (17,86%), BBC Two (5,36%).

În Franța, timpul mediu petrecut de fiecare francez în fața televizorului a scăzut cu 20 de minute între 2012 și 2020. Audiențele cele mai mari continuă să fie cele ale TF1 (19,5%), urmat de France 2 (14%), France 3 (9,3%) și M6 (9%). Nici unul dintre cele cinci canale de informații în flux continuu nu depășește 2% din audiență; France 24, canal teoretic disponibil în peste 355 de milioane de gospodării din 180 de țări, este urmărit săptămânal de 55 de milioane de telespectatori din întreaga lume.

În Japonia, 10% din populație urmărește informațiile la televizor între orele 7 și 9 dimineața și 19 și 23 seara. Rețeaua publică, NHK, este în continuare absolut dominantă; cele mai puternice trei cotidiane japoneze posedă și societăți de televiziune.

În Coreea de Sud există 200 de canale de televiziune, dintre care 12 naționale; cele trei grupuri principale, Korean Broadcasting System (KBS), Munhwa Broadcasting Corporation (MBC) și Seoul Broadcasting System (SBS), au și canale de informații în flux continuu. Și aici, audiența televiziunii pare să se erodeze, cu excepția sportului și a serialelor.

În China, doar o treime din populație se uită la televizor zilnic. În special la seriale și din ce în ce mai mult la sport și foarte puțin la informații. CGTN (China Global Television Network) este un canal de televiziune consacrat exclusiv știrilor naționale și internaționale; poate fi urmărit în 100 de țări. Toate canalele sînt, desigur, controlate de stat în mod direct sau prin intermediul unor întreprinderi publice.

În India, 90 de milioane de familii dispun de un televizor. Rețeaua publică, AIR, controlează cele 420 de stații din țară, care emit în 23 de limbi și 179 de dialecte. Dacă tranșa de vîrstă 38-53 de ani se informează încă mai mult prin intermediul televiziunii decît prin Internet (34,5% vs. 24,3%), în schimb doar 22% dintre cei născuți între anii 1980 și 2000 urmăresc programele televiziunilor pentru a se informa. Sportul, muzica și divertismentul atrag cea mai mare parte din audiența televiziunilor.

Africa pare a fi continentul unde televiziunea rămîne cea mai apreciată. 42% din gospodăriile africane urmăresc un canal de televiziune în medie 3 ore și 20 de minute pe zi (adică cu 30 de minute peste media mondială), pentru divertisment și sport în mult mai mare măsură decît pentru informații. Țările africane unde populația se uită cel mai mult la televizor sînt Madagascar, Algeria și Camerun. Republica Democratică Congo are 58 de canale, față de doar 5 în Coasta de Fildeș. Canal Africa, filială a Canal +, care difuzează sport și filme, se bucură de un anumit succes, ca și France 24. În 2016 este creat Africanews, care își propunea să devină un canal panafrican de informații internaționale în flux continuu, bazat în Republica Congo; este difuzat în 33 de țări, în franceză și engleză, și este urmărit de aproximativ 7,3 milioane de gospodării.

Deși reprezenta încă, per ansamblu, mai bine de o treime din numărul de ore de utilizare a canalelor media pe plan mondial, televiziunea stagnează la sfîrșitul anului 2020. Iar dacă multe dintre aceste trei canale media (ziare, radio, televiziune) mai fac încă acte de bravură pentru a menține calitatea informațiilor, în schimb multe altele se centrează,

pentru a supraviețui, pe jocuri, sport, divertisment, seriale importate, scandaluri și dezbateri între indignați incompetenți.

Pentru a se desprinde de toate acestea, vor trebui să afle ce vor clienții lor și cum să le provoace interesul. Or, mass-media clasică nu mai are acces la informații despre preferințele, afilierile, înclinațiile clienților lor, care aparțin de acum înainte operatorilor de rețele de televiziune prin cablu, operatorilor de telefonie și, mai ales, rețelelor de socializare.

Rețelele de socializare se impun ca modalitate generală de a informa sau de a se informa

O dată mai mult, o nouă modalitate de comunicare privată devine o nouă sursă de informații publice. După poștă (utilizată și pentru a distribui ziare), după telefon (care a dat naștere radioului) și după fotografie și belinograf (strămoși foarte îndepărtați ai televiziunii), un alt mijloc de comunicare a mesajelor private se transformă și el în modalitate de adresare către cei mulți: platformele digitale, gândite pentru transmiterea mesajelor individuale, devin mijloace de comunicare de masă. Și mai mult chiar: magazine online, vânzatori de software, bănci, teatre, universități, uzine, spitale, instrumente de supraveghere. Ne-am fi putut imagina ca toate acestea să fie create de celelalte canale media, în căutare de debușeuri, dar nu s-a întâmplat așa.

Cele mai puternice mesagerii personale sînt, în 2021, Facebook și două dintre filialele sale: WhatsApp (cu 1,9 miliarde de utilizatori lunar, care transmit 65 de miliarde de mesaje zilnic) și Messenger (cu 1,3 miliarde de utilizatori lunar). La începutul anului 2021, utilizatorii Instagram trimiteau aproximativ 700 de milioane de „stories” zilnic, față de 150 de milioane în ianuarie 2017. Apoi urmează, în China, WeChat (1,2 miliarde), QQ (mesagerie a lui Tencent) (800 de milioane); apoi, în Occident, Skype și Snapchat (300 de milioane); LinkedIn, Viber, Telegram, Line Discord (200 de milioane fiecare).

Aceste mijloace de comunicare a mesajelor personale servesc, de asemenea, la a informa și a se informa. În 2020, rețelele de socializare occidentale cele mai utilizate pentru a se informa erau Facebook, YouTube, WhatsApp, Twitter, Instagram. Conform unui raport din 2018 al *think tank*-ului american Pew Research Center, 43% dintre cei care se informează pe rețelele de socializare o fac prin Facebook. Twitter a devenit prima agenție de presă mondială. Rețelele de mesagerii permit în special trimiterea informațiilor către grupuri de 250 de persoane și, uneori, și mai multe, care le trimit apoi altor grupuri, atingînd rapid o audiență de mai multe sute de mii de persoane, în special în Brazilia, care numără 120 de milioane de abonați la WhatsApp la 200 de milioane de locuitori. Un raport din 2020 al Reuters Institute arată că numărul utilizatorilor care se informează pe Instagram s-a dublat față de 2018. Conform Tencent, mai bine de jumătate din miliardul de utilizatori lunari ai lui WeChat îl utilizează, mai ales în China, în primul rînd pentru a obține informații.

Pe o piață a canalelor media care nu se mai află în creștere globală, rețelele de socializare nu pot crește decât luînd din audiența și, prin urmare, din veniturile publicitare ale celorlalte canale media. În acest scop, ele jefuiesc informațiile și datele privitoare la cititorii lor furnizate de celelalte canale media, fără să le remunereze. Astfel, începînd din 2020, mai bine de jumătate din căutările pe Google duc și spre scurte texte ce rezumă articolele la care motorul de căutare trebuia doar să conducă. Pentru a contracara fenomenul, media clasică investește masiv, în scopul de a-și face cunoscute conținuturile pe rețelele de socializare. La fel stau lucrurile în China cu Toutiao, un agregator de știri foarte popular. Dar toate acestea nu folosesc în nici un fel mass-mediei tradiționale, care nu mai are controlul asupra datelor și grafurilor sociale ale cititorilor ei și care nu face decât să furnizeze astfel audiență platformelor.

În China, în 2020, 40% din populație utiliza cel puțin o rețea de socializare pentru a se informa; WeChat îi permite fiecărui chinez să aibă acces doar la informațiile tolerate de guvern. Marile ziare chineze republică propriile articole prin intermediul unor conturi publice de pe WeChat. Funcția *tipping* le permite cititorilor să dea un *tip* (bacșiș) acelor creatori de conținuturi autorizate a căror muncă o apreciază; un ziarist de pe WeChat, He Caitou, explică astfel că fiecare articol îi aduce între 600 și 5 000 de dolari, în timp ce ziarele îi oferă 75. Rețelele de socializare și site-urile Internet străine sînt practic în totalitate interzise în China și accesul la ele nu se poate realiza decât printr-o conexiune VPN, pe care se pare că peste 10% dintre chinezi o utilizează; dar serviciile VPN sînt foarte instabile, furnizorii de acces fiind neconținut blocați de

îndată ce-și fac din nou apariția; unele dintre aceste VPN sînt chiar niște capcane lansate de guvern pentru a afla cine încearcă să se conecteze.

India este prima țară ca număr de utilizatori de Facebook, cu 380 de milioane de persoane, și de WhatsApp, cu peste 400 de milioane; TikTok și WeChat sînt interzise, iar guvernul încearcă să creeze un gigant național al digitalului, după modelul WeChat. Ne putem aștepta ca India să devină în curînd prima țară în privința utilizării informării online: 400 de milioane de indieni s-au abonat la Internet între 2017 și 2020! În plus, acolo informațiile sînt extrem de fragmentate, segmentate, în zeci de limbi, cu conținuturi uneori foarte naționaliste. Dacă logica a ceea ce s-a petrecut în Europa în momentul apariției tiparului se repetă, acest lucru ar trebui să provoace în India reapariția cererilor de autonomie sau de independență ale unor state. Vom vorbi despre toate acestea în capitolul următor.

În 2020, Africa număra 170 de milioane de utilizatori de Messenger și WhatsApp. În februarie 2020, în Kenya și în Africa de Sud, 75% dintre adulți utilizau rețelele de socializare pentru a se informa ocolind informațiile oficiale ale canalelor media de stat. Pe acest continent se dezvoltă cel mai mult rețelele de socializare, tot așa cum acolo s-a dezvoltat mai întîi telefonul mobil. Africanii le vor utiliza în nenumărate feluri, după modelul lui WeChat.

În 2020, în Statele Unite, peste jumătate dintre cei care utilizau rețelele de socializare o făceau mai ales pentru a trimite mesaje personale, pentru a aproba sau a comenta postările; pentru a trimite mesaje și pentru a se informa, 190 de milioane de americani utilizează Facebook, apoi YouTube,

Twitter, Instagram, LinkedIn și Snapchat. 20% dintre americani se informau în 2020 și prin intermediul rețelelor de socializare, față de 18% prin intermediul ziarelor (raportul era invers în 2016); generația născută între 1980 și 2000 se informează în primul rând prin intermediul rețelelor de socializare (57%), apoi prin radio (28%), media online (25%), televiziune (21%), ziare pe hârtie (10%) și podcasturi (8%). 78% dintre femeile de peste 18 ani utilizează rețelele de socializare, față de doar 65% dintre bărbați. Campania prezidențială din toamna anului 2020 a fost ocazia unei formidabile dezvoltări a acestei informări online. Dezbateră Trump-Biden a fost retransmisă pînă și pe platforma de jocuri video Twitch.

Timpul mediu petrecut citind un articol online fără întrerupere a coborît acum la 15 secunde; cel petrecut privind un video fără întrerupere nu mai este decît de 10 secunde. Unele ziare online, precum Slate, Wired sau altele, foarte specializate în materie de ecologie, agricultură, automobile, armament, finanțe, tehnologie, mențin o excelentă calitate a informației. Printre grupurile cele mai puternice se numără Bloomberg, ce reunea în 2020 numeroase media financiare, printre care Bloomberg Radio și Bloomberg Television, publicația lunară *Bloomberg Markets* și *Business Week*, săptămînal înființat în 1929, devenit în 2009 *Bloomberg Business Week*. Vom trece în revistă ceva mai departe nenumăratele devieri pe care această acumulare le determină și le va determina.

În Regatul Unit, aproape 40% dintre adulți și 60% dintre tinerii cu vîrsta cuprinsă între 16 și 24 de ani declară că utilizează rețelele de socializare pentru a se informa. Informația consultată online și prin intermediul rețelelor de

socializare o depășește actualmente pe cea urmărită la televizor. În Germania, aproape 40% dintre adulți declară că folosesc rețelele de socializare pentru a se informa, iar acestea se află acum la egalitate cu celelalte canale media. În Franța, în 2020, aproape 40% dintre adulți declarau că folosesc rețelele de socializare pentru a se informa. Aproape 30% dintre tineri utilizează pentru a se informa exclusiv rețelele de socializare sau ziarele online, precum Mediapart, care revendică 170 000 de abonați, Les Jours, Slate sau The Conversation, site care reunește zilnic publicații de înalt nivel, redactate de universitari.

În Rusia, sursele de informare sînt actualmente televiziunea (84%), rețelele de socializare (72%), presa scrisă (23%) și radioul (20%).

În Japonia, datorită unei politici care urmărește să protejeze tipăriturile și foarte influentele ziare pe hîrtie, trecerea la digitalizare este mai lentă decît în toate celelalte țări: doar 25% dintre adulți declară că se informează pe rețelele de socializare.

Toate aceste media au o tendință din ce în ce mai pronunțată de a se exprima într-o engleză sumară, acel *globish*⁶ care se impune pe rețelele de socializare ale planetei, dînd impresia că ne îndreptăm spre o globalizare sărăcitoare. Vom vedea mai departe că nu așa stau lucrurile.

Dar despre ce „informații” anume este vorba?

Per ansamblu, mijloacele unei bune informări nu au fost niciodată atît de

importante

Niciodată umanitatea nu a dispus de atît de multe mijloace de informare. Analfabetismul a scăzut peste tot. Nivelul de educație al băieților și al fetelor este mai ridicat decît oricînd. Aproape nicăieri pe planetă nu mai există vreun loc care să nu aibă acces măcar la radio, dacă nu și la televiziune, la Internet și la media scrisă. Niciînd nu a fost disponibilă o atît de mare cantitate de informație serioasă. Educația primară, secundară și universitară este tot mai răspîndită. Au apărut tot mai multe noi canale media de calitate: în presa scrisă, mai ales sub forma revistelor; la radio, adesea, sub formă de podcasturi; la televiziune, sub forma unor canale foarte specializate și a unor emisiuni de anchetă; online, sub forma unor canale media universitare sau *think tanks*, care reunesc cele mai bune surse disponibile. Niciînd mijloacele de a afla ceea ce trebuie într-adevăr aflat nu au fost la îndemîna atît de multor persoane. Niciînd nu a fost mai ușor de contrazis un mincinos sau de denunțat o eroare. Niciînd nu a fost mai greu ca o informație să fie împiedicată să ajungă la public. Niciînd nu au fost atît de mulți oameni în situația de a dispune de mijloace de analiză pentru a evita zvonurile și manipulările. Niciînd ziariștii nu au fost atît de bine formați; iar profesiunea lor nu duce lipsă, nicăieri în lume, de vocație.

Există, de asemenea, din ce în ce mai mulți lansatori de alerte⁷, în toate domeniile, adesea preluate la scară mare, chiar dacă, de multe ori, ei plătesc cu prețul propriei libertăți, precum Julian Assange, întemeietorul, în 2006, al organizației nonguvernamentale WikiLeaks, al cărei obiectiv era publicarea unor documente în mare parte confidențiale. În

2010, Assange publică mai multe milioane de documente confidențiale privind modurile de operare ale armatei americane în Irak. Mai întâi a obținut azil politic la Londra, dar a fost arestat la ambasada Ecuadorului pe 11 aprilie 2019 și întemnițat în închisoarea de înaltă securitate Belmarsh, în așteptarea unei eventuale extrădări spre Statele Unite, unde este pasibil de o pedeapsă de pînă la 175 de ani închisoare pentru spionaj.

Am văzut că, întotdeauna, unele canale media au mințit, unele condeie vînzîndu-se celui care oferea mai mult, slujind cauzele cele mai abjecte, supunîndu-se servil celor aflați la putere. Totuși, altele au salvat onoarea profesiei, producînd articole impecabile, informate cu meticulozitate, descoperind scandaluri cu riscul vieții.

Iată doar cîțiva ziariști, fotografi și reporteri asasinați recent: Daniel Pearl în Pakistan, Veronica Guerin în Irlanda, Carlos Cardoso în Mozambic, Hidayat Sultan al-Salem în Kuweit, Anna Politkovskaia și Anastasia Baburova la Moscova, Daphne Caruana Galizia în Malta, Jamal Khashoggi la Istanbul. Și mulți alții: Marie Colvin, Rémi Ochlik, Ghislaine Dupont, Claude Verlon, James Foley, Pamela Montenegro, Nevith Condés Jaramillo, Cabu, Charb, Elsa Cayat, Tignous, Georges Wolinski, Honoré, Bernard Maris și Mustapha Ourrad.

Și totuși, în ciuda tuturor acestor dovezi ale capacității inegalabile a mass-mediei de a-și îndeplini misiunea, încrederea în ea a atins cele mai de jos cote: conform unui studiu al Reuters Institute, încrederea în media nu depășește 50% decît în foarte puține țări (Finlanda, Brazilia, Portugalia, Olanda, Turcia); în Germania, cota este de 45%. În alte țări, ea

este sub 30% (Italia, Statele Unite, Coreea de Sud) și atinge doar 23% în Franța. De altfel, cotele Braziliei și ale Turciei nu reflectă credibilitatea media. De fapt, în multe țări, libertatea de a informa înregistrează un recul. Conform organizației Reporters sans Frontières (care clasifică 180 de țări și regiuni după gradul de libertate de care se bucură ziariștii), în țările scandinave informația este cea mai liberă. Germania se află pe locul 11; Franța, pe locul 34; Italia, pe locul 41; Statele Unite, pe locul 45; Japonia, pe locul 66; ultimele patru țări din clasament sînt China, Eritreea, Turkmenistanul și Coreea de Nord.

Chiar și în democrații, multe derapaje, în special legate de rețelele de socializare, anticipează pericole grave. Derapaje financiare și mecanisme ucigașe.

Rețelele de socializare șubrecesc primele trei canale media atrăgînd toată publicitatea

În primul rînd, echilibrul financiar dintre cele patru canale media s-a fisurat.

Pentru a se finanța, media pe hîrtie și cea online dispun de abonamente. Iar radiourile și televiziunile publice, de redevențe. Toate au nevoie și de publicitate. Or, publicitatea trece tot mai mult prin Internet. Și, spre deosebire de ceea ce se petrecea înainte de anul 2000, apariția unui nou canal media nu mai determină creșterea pieței publicitare globale și

media trebuie să se lupte pentru un quantum care nu mai crește. În 2021, presa cotidiană pe hîrtie nu mai reprezintă decît 5% din investițiile publicitare mondiale ale mărcilor (față de 36% în 1995). Presa revuistică trece de la 13% la 3%, radioul, de la 8% la 5%, iar televiziunea, de la 36% la 26%. În 2020, în Franța, publicitatea digitală reprezenta pentru prima dată peste jumătate din piața publicitară. Publicitatea mărcilor trece masiv pe aplicațiile de telefonie mobilă. Capcană ucigașă. Pentru că nu doar că această publicitate se orientează spre ziare numai în virtutea prezenței lor online, dar, pe de altă parte, respectivele ziare online sînt concurate de rețele de socializare care, la rîndul lor, atrag publicitate. Și care știu totul despre comportamentele sociale online ale utilizatorilor celorlalte canale media.

În cele din urmă, însăși eficiența publicității este pusă sub semnul întrebării.

Mai întîi, publicitatea este tot mai mult atribuită de întreprinderi digitale, în special de Google; prin intermediul programelor lor, ele cunosc mai bine decît oricine numărul cititorilor diverselor canale media și comportamentul lor, centrele lor de interes, situația lor socială, ce anume îi interesează, ce alte site-uri vizitează și devin astfel un intermediar aproape de neocolit în alegerea suporturilor de către mărci; regia publicitară a lui Google se înfățișează în mod absolut natural ca fiind cea mai bună ofertă de consiliere a mărcilor pentru a decide unde trebuie investit în publicitate; în 2020, Google controla aproape jumătate din cheltuielile publicitare mondiale și chiar peste patru cincimi în Statele Unite. Pe această piață, Facebook este numărul 2, urmat de Alibaba și Amazon. În consecință, publicitatea a scăzut

considerabil în marea media națională pe hîrtie. Nu mai rămîne decît publicitatea la radio, la televiziune și în media locală.

În plus, mărcile se îndepărtează de publicitatea clasică în întreaga media, pentru a-și apropria numeroase evenimente, reale sau online, cum au procedat, am văzut deja, toate marile mărci americane în cazul radioului, în anii 1930. În 2020, Red Bull, de pildă, însoțea cele mai mari evenimente de sporturi extreme din lume și producea conținuturi video, audio și scrise prin intermediul propriului Web TV (Red Bull TV), site-ului său Internet și ziarului său (*The Red Bulletin*). Alte mărci încearcă să-și integreze anunțurile în grafismul de media online, pentru a imita cît mai mult conținuturile site-urilor gazdă; este ceea ce poartă numele, într-o formulare pompoasă, de *native advertising*.

În sfîrșit, pentru a se face cunoscute consumatorilor, mărcile apelează tot mai mult la influențatori online, care vorbesc despre ele pe conturile lor, Instagram sau altele. Și chiar, pentru a ținti cît mai bine, la microinfluențatori foarte localizați.

Majoritatea principalelor canale media private
se află în prezent în proprietatea marilor

averi sau a fondurilor de investiții

Dacă nu se află în proprietatea statelor, ziarele, radiourile, televiziunile, rețelele de socializare, aplicațiile digitale, canalele media online sînt deținute de mari averi și de uriașe fonduri de investiții private. Iar acestea, orice ar declara ele, nu ezită să influențeze conținutul editorial.

Pentru toți acești deținători de putere și bogăție, adevărata informație continuă să circule în cercuri foarte restrînse, de prieteni, investitori, afaceriști, cercetători, universitari, întreprinzători, care cunosc mai bine și înaintea celorlalți starea științei, a tehnologiei, a piețelor și știu cu ce persoane anume trebuie să se întâlnească. Ei află astfel la timp unde trebuie investit și fac averi cumpărînd bunuri sau titluri înainte ca toți ceilalți să le cunoască adevărata valoare.

Produsele lor, ziarele, revistele, radiourile, televiziunile, rețelele lor de socializare nu reprezintă pentru ei altceva decît surse de venituri, divertismente, iluzii pentru a face poporul să uite că tot nu are acces la bunurile cele mai de valoare, la educația de cea mai bună calitate, la informațiile privilegiate. Dobîndirea de către informație, ea însăși considerată ca fiind democratică, a unui caracter de masă sfîrșește prin a nu fi decît o viclenie a proletarizării claselor medii. Și, în orice caz, un mijloc de a le aservi.

Această nouă media este, în sine, și o uriașă putere financiară: în Statele Unite, marile rețele și aplicații americane (GAFA), care posedă în majoritate marile rețelele de socializare, reprezentau, în 2020, puțin peste 3 500 de miliarde

de dolari, adică aproximativ 4% din PIB-ul mondial. Dacă adăugăm și noua media chineză (BATX, Baidu, Alibaba, Tencent și Xiaomi), se ajunge la aproximativ 5 500 de miliarde de dolari, adică 5,5% din PIB-ul mondial. Ele controlează veniturile altor canale media, frânează pătrunderea nou-veniților și monopolizează practic ansamblul inovațiilor din numeroase alte sectoare.

Fondatorii și proprietarii lor – Jeff Bezos (Amazon), Mark Zuckerberg (Facebook), Michael Bloomberg (Bloomberg), Sergey Brin (Google), Ma Huateng (Tencent și WeChat) – au reușit, în mai puțin de douăzeci de ani, să se numere printre primele douăzeci de persoane cele mai bogate din lume.

Alte firme proprietare ale unor canale media clasice continuă să fie foarte rentabile: Walt Disney Company deține ABC și este coproprietară a platformei Hulu; Comcast deține NBC, Telemundo, 15 rețele naționale prin cablu și 9 canale de televiziune în toată lumea; Century Fox deține Fox Broadcasting, Fox Sports, Star India și Sky; Time Inc. deține în principal *Time Magazine*, *Sports Illustrated* și *InStyle*.

În Statele Unite, în 2020, șase mari firme posedau majoritatea canalelor media de orice fel: National Amusements al lui Sumner Redstone, Disney al lui Bob Iger, Time Warner al lui Jason Kilar, Comcast al lui Brian L. Roberts, News Corp al lui Rupert Murdoch și Sony al lui Ken'ichiro Yoshida. În Japonia, Yomiuru Shinbun Holdings posedă *Yomiru Shinbun*, The Japan News, o parte din Nippon TV și din grupul editorial Yomiru. În Germania, ProSiebenSat.1 posedă 15 canale de televiziune; Springer deține ziare, reviste, canale de televiziune, stații de radio și site-uri Web din 35 de țări (în special *Die Welt*, *Bild* și *B.Z.*). În Italia, Silvio Berlusconi este

principalul acționar al celei mai mari societăți de televiziune privată din țară, Mediaset, al celui mai mare editor italian, Mondadori, și al celei mai mari societăți de publicitate din Italia, Publitalia. Fratele său, Paolo Berlusconi, este acționar și editor al lui *Il Giornale*, iar fosta lui soție, Veronica Lario, este acționară la *Il Foglio*. În Franța, mai puțin de zece mari averi controlează cvasitotalitatea principalelor canale media private.

Rețelele de socializare produc dependență

Aceste noi mijloace de informare urmăresc aceleași obiective ca predecesoarele lor, dar cu posibilități mai semnificative. Ca și acelea, de două secole încoace, încearcă să câștige bani și să dobândească influență. Și, în acest scop, încearcă să *capteze atenția utilizatorilor lor pe o durată cât mai mare, să atragă noi utilizatori și publicitate*.

Site-urile de informare nu trimit utilizatorilor lor decât informații selectate astfel încât să li se potrivească. Ele știu mult mai bine decât celelalte canale media și înaintea lor cât timp petrec utilizatorii citind un text, privind o fotografie, urmărind un video; știu ce alte site-uri au consultat, ce anume le-a reținut atenția și reușesc să deducă ce anume îi poate interesa; știu cum să le mărească timpul de atenție dincolo de fatidicele nouă secunde, utilizând ceea ce ele numesc cu o expresie plină de emfază *persuasive technology*. Știu cum să capteze atenția utilizatorilor pe baza datelor pe care celelalte canale media le lasă la îndemâna lor în mod imprudent. Tot

așa cum Amazon știe să utilizeze în propriul interes informațiile pe care celelalte mărci i le oferă în schimbul prezenței lor pe site-ul lui.

Acele rețele care sînt și spații de mesagerie personală, precum Facebook, WhatsApp, WeChat sau Instagram, permit fiecărui utilizator să informeze grupuri întregi. Iar grupurile de mesaje transformă aceste mesagerii în canale media online. Fiecare își exprimă indignările, retransmite știri mai mult sau mai puțin exacte.

Aceste rețele devin atunci, împreună cu altele, locul unde se scoate în evidență tot ce are mai bun fiecare, cel mai interesant parcurs profesional, veștile bune personale și chiar autoprezentarea sub forma unei știri pozitive. Pînă la – și inclusiv prin – minciună, simulacru, reinventarea de sine, totul într-un adevărat carnaval digital. De parcă fiecare ar dori să fie, în sine, O știre.

Pe toate aceste rețele, fiecare așteaptă de la ceilalți o aprobare pe care o pîndește ca pe o recompensă, o consolare din ce în ce mai aducătoare de dependență: mulți nu mai pot petrece zece minute fără să verifice dacă nu au primit pe contul lor, de cele mai multe ori anonim, un mesaj; dacă nu cumva cineva „a dat like” la vreuna din postările lor. Iar dacă nu este cazul, postează din nou mesajele, strigîndu-și singurătatea și nevoia de dragoste.

Iar lucrurile nu se opresc aici...

Rețelele de socializare multiplică știrile false:

cazul Alice Donovan

Începînd din vara anului 2016, o ziaristă freelance pe nume Alice Donovan a trimis regulat, timp de optsprezece luni, articole redactorilor-șefi de la CounterPunch, un canal media online de stînga radicală creat în 1994, care a acceptat mai multe dintre ele, cu subiecte variate, precum Siria sau e-mailurile secrete ale lui Hillary Clinton; alte articole semnate de dînsa au fost publicate de alte canale media online. În 2018, FBI le transmite celor trei patroni de la CounterPunch că Alice Donovan nu este decît o ficțiune creată de o agenție de informații militară rusă. CounterPunch anchetează atunci și constată că multe dintre articolele semnate de Alice Donovan erau de fapt plagiate ale unor articole scrise de o anume Sophia Mangal, ziaristă afiliată la un anume Inside Syria Media Center, care se prezenta ca fiind un *think tank* american creat în 2015. Continuînd investigația, ziariștii de la CounterPunch descoperă că această Sophia Mangal era, la rîndul ei, o ficțiune sau, în orice caz, pseudonimul unui necunoscut care copia articole apărute în *New Yorker* și *Arab News*.

Nu este vorba despre un caz excepțional. Iată că pînă și un canal media atît de doritor de informații greu de găsit precum CounterPunch a putut să se păcălească. Peste tot poți găsi pe Internet soiul acesta de falși ziariști, care răspîndesc știri false. Adîncind investigațiile, se poate ajunge de multe ori la o altă agenție rusă, The Internet Research Agency, care, în special în timpul campaniei prezidențiale americane din 2016, pare că ar fi lansat o campanie de știri false și ar fi produs tweet-uri și articole pentru Facebook, plasate ulterior, cu nume de autor

false, pe site-uri create în acest scop sau în ziare occidentale într-un totu respectabile.

Am văzut că, în toate vremurile, zvonurile au prosperat, răspândite prin viu grai, prin presa pe hîrtie, prin radio și televiziune; dintotdeauna unii au acceptat să mintă pentru bani. Lucru care este și mai adevărat în cazul noilor media: din 2004, autoritățile chineze fac astfel încît pe rețelele de socializare să fie scrise milioane de comentarii favorabile Partidului Comunist. Alte țări și multe întreprinderi fac și ele astfel încît să se publice masiv comentarii elogioase ale acțiunilor, produselor sau serviciilor lor. În Regatul Unit, partidul pro-Brexit a recurs în acest sens la serviciile lui Cambridge Analytica; iar în Statele Unite, cele două partide apelează în mod curent la aceleași practici. Oamenii aceștia – sau roboții aceștia – plasează în prezent peste 500 de milioane de comentarii anual. Este o practică curentă și în cazul restaurantelor, hotelurilor, firmelor de cosmetice.

Astfel încît recomandările online își pierd orice semnificație, iar nimeni nu mai știe pe cine să creadă. S-a ajuns chiar la finanțarea, prin site-uri de *fundraising* online, de tipul Ulule, în mod anonim, cu sume foarte mici, a unor filme de propagandă defăimătoare, care fac apel la ignoranță și la înclinația spre complot, mustind de erori la fiecare imagine, alcătuite din citate trunchiate și minciuni, ca, de pildă, *Hold-Up*⁸. Multe altele, cum vom vedea, vor urma, mult mai înspăimîntătoare, dacă democrația nu va ști să le oprească.

Rețelele de socializare ucid: cazul virusului Covid

Gestionarea pandemiei a dezvăluit și continuă să dezvăluie faptul că anumite canale media pot fi extraordinar de periculoase. Unele s-au manifestat cu maximă seriozitate. Altele au fost gata să ridice în slăvi niște guru de ultimă oră și să ucidă recomandînd poțiuniile lor.

Unele canale media s-au dovedit a fi de o mare calitate și foarte serioase. Marile canale naționale de televiziune au fost, în general, în multe țări, excelente. Chiar și atunci cînd era necesar, ca în Statele Unite, să contrazică guvernul. Unii ziariști, în special în Franța, Italia, India, Marea Britanie, au dat dovadă de curaj și competență. În schimb, ziarele de scandal și tabloidele au vehiculat cele mai teribile știri false. Canalele de informații în flux continuu, obligate să supraviețuiască, au dat cuvîntul atît unor experți, cît și unor escroci. Mai ales unor escroci.

Rețelele de socializare au vehiculat la rîndul lor puține adevăruri și, acordîndu-le același tratament, cele mai groaznice minciuni; mesajele acestea au ucis. Iar astfel de mesaje sînt puternice și fără număr. „Fake news” călătoresc de șase ori mai rapid decît știrile adevărate pe Twitter. Doar în luna aprilie 2020, o rețea mondială de *fact-checkers* (în Franța, Les Décodeurs⁹ de la *Le Monde*, Factual¹⁰ de la AFP) a semnalat peste 50 000 de postări mincinoase pe Facebook. În Statele Unite, conform unui studiu elaborat de Carnegie Mellon University, 45% din tweet-urile legate de Covid, lansate între ianuarie și aprilie 2020, erau minciuni transmise de

roboți. Conform MIT, 50% din discuțiile despre Covid sînt mincinoase. În Marea Britanie, în aprilie 2020, nenumărate mesaje au făcut legătura între Covid și 5G; ca atare, foarte mulți tehnicieni și foarte numeroase infrastructuri telecom au fost atacate în întreaga Anglie. Tratamentele recomandate pe rețelele de socializare fără nici o verificare au ucis mulți oameni în multe țări.

Fapt este că, per ansamblu, nici media clasică, nici rețelele de socializare nu au jucat rolul pe care l-ar fi putut juca. Media clasică occidentală, în special, a urmărit mai întîi evoluția pandemiei din China fără a se îngrijora la timp, fără a examina atent ce se petrecea începînd din decembrie în Coreea de Sud, unde reacția față de situația aceasta a fost rapidă și foarte eficientă, tocmai pentru că coreenii urmăriseră ce se spunea în China pe WeChat înainte să intre în joc cenzura. Or, dacă media din întreaga lume ar fi relatat ce se petrecea la Seul mai curînd decît la Wuhan încă din acel moment, lumea s-ar fi putut pregăti mult mai bine; pandemia ar fi fost mai bine stăpînită la nivel mondial. În acest sens, se poate spune că media nu a ajutat guvernele să adopte cea mai bună strategie.

Rețelele de socializare ucid și altfel: Samuel Paty

Întotdeauna, cum am văzut, zvonurile, minciunile, calomniile, denunțurile anonime, șoptite, scrise, telefonate, radiodifuzate

sau televizate au ucis.

În 2020, prin intermediul media online și al rețelelor de socializare, metodele de a face rău sînt mai puternice ca oricînd: de acum înainte este posibil, printr-un singur mesaj anonim, să atribui cuiva, într-o manieră foarte credibilă, o declarație falsă și să o împărtășești tuturor fără să te expui vreunui risc. Este astfel posibil ca reputația cuiva să fie distrusă, pe termen lung și la nivel mondial, printr-un tweet de 240 de semne. Practic în nici o țară acest tip de comportament nu este cu adevărat ilegal. Nici controlabil. Oricine poate să devină victimă o dată, iar acest lucru se repetă la nesfîrșit cu contribuția unor oameni sincer șocați sau a unor manipulatori periculoși. Conturile anonime care difuzează știri false sînt din ce în ce mai numeroase. Multe dintre ele sînt niște roboți. Pe Facebook sau pe Twitter, cel puțin 15% dintre conturi trimit la niște roboți. În orice caz, în nici o țară, cu excepția cîtorva dictaturi foarte închise, nu este posibil ca acest gen de mesaje să fie cenzurate înainte de a fi difuzate; astfel încît, chiar dacă ulterior sînt anulate sau dezmințite, chiar dacă autorul lor este apoi pedepsit cu severitate, urma rămîne, iar calomnia continuă să se răspîndească.

Și cu cît o știre falsă este mai repetată, cu atît ea dobîndește mai multă legitimitate. Mai ales dacă este înzestrată cu o formă, prezentată ca un citat autentic dintr-o carte, dintr-un ziar sau dintr-un interviu. Ea prinde rădăcini. Iar cel căruia îi este atribuită se află în postura de acuzat cînd încearcă să o dezmințe: deși există cîteva organisme însărcinate cu cenzura sau cu verificarea faptelor, despre care vom mai avea ocazia să vorbim, ele nu dispun de mijloacele necesare pentru a

împiedica astfel de informații să traverseze pereții și granițele. Nu dispun de instrumentele necesare pentru a le deosebi pe cele autentice de minciuni.

Exemplele de astfel de fărădelegi sînt nenumărate. Milioane de oameni suferă de pe urma lor zilnic. Uneori în taină. Alteori în piața publică. Uneori totul rămîne în plan virtual. Alteori se transformă într-o tragedie. Ca în cazul profesorului de istorie-geografie Samuel Paty, denunțat pe rețelele de socializare și asasinat de un terorist islamist la Conflans-Sainte-Honorine, în Franța, pe 16 octombrie 2020.

Rețelele de socializare fabrică secte ucigașe: modelul QAnon

Așa cum, în 1978, casetele audio ale lui Khomeini au ucis în Iran, așa cum Radio Mille-Collines^{[11](#)} a ucis în Ruanda în 1993 și 1994, tot astfel rețelele de socializare fabrică credințe și secte ucigașe.

În Statele Unite, în 2003, un tânăr de 15 ani, Christopher Poole, deschide un site, 4channel sau 4chan, care se prezintă drept o copie a site-ului 2channel sau 2chan, întemeiat cu câțiva ani în urmă în Japonia de un student, Hiroyuki Nishimura, și devenit un spațiu de comunicare clandestin între tineri. Precum site-ul japonez 2chan la începuturile sale, site-ul american 4chan vorbește inițial despre manga, apoi, cum nimeni nu exercită nici o moderare, despre homofobie și supremația albilor. În 2015, Christopher Poole părăsește

conducerea site-ului 4chan, care este preluată de cel ce a înființat 2chan, japonezul Hiroyuki Nishimura. Site-ul devine atunci spațiul unor numeroase denunțuri. Este declanșată o mare campanie împotriva lui John Podesta, directorul de campanie al lui Hillary Clinton; apoi, în octombrie 2017, o postare anonimă anunță că „extrădarea lui Hillary Clinton este în curs începând de ieri și trebuie să ne așteptăm la fuga din țară a complicilor ei, care vor provoca răzmerițe, pe care armata americană se pregătește să le reprime”. Apoi alte mesaje, așa-zis semnate de o personalitate sub acoperire, care pretindea că dispune de un acces maxim la secretele de stat, numită „Q clearance” (de aici și denumirea QAnon), anunță o viitoare operațiune, „Furtună”, pentru a-i răsturna pe oamenii cei mai puternici din Statele Unite, care ar fi urmat să încerce să rămână la putere prin declanșarea unui război civil. Această „personalitate anonimă” a trimis ulterior mii de mesaje, numite „drops”, pe site-ul 4chan, apoi pe alte site-uri foarte apropiate de extrema dreaptă americană, precum 8chan și 8kun; dar și pe alte site-uri, precum Reddit, Facebook și Twitter, pretinzând, de pildă, că Partidul Democrat era finanțat de un trafic pedofil care le furniza conducătorilor democrați copii pentru a fi mâncați, ceea ce le-ar fi permis să devină nemuritori. Se formează atunci un grup de credincioși, o sectă, care-l venera pe acest QAnon ca pe un guru; grupul respectiv pretinde că președintele Trump îi este aliat și că el ar purta un război secret împotriva crimelor satanice și pedofile ale elitelor democrate încă implantate în guvern, în cercurile financiare și în media. Președintele Trump nu dezmente și redirecționează pe Twitter multe dintre mesajele lor. La sfârșitul anului 2020, au fost identificate aproximativ 10

000 dintre aceste „Q drops”; unul dintre ele, pe Facebook, pretinzând că 39 de copii răpiți tocmai fuseseră descoperiți într-un camion în statul american Georgia, este distribuit de peste un milion de ori; fiecare dintre postările lui Q este comentată de milioane de persoane; unii senatori americani le aprobă. În august 2020, 3 milioane de persoane făceau parte din grupările QAnon de pe Facebook. În fața protestelor, Facebook anunță în octombrie 2020 că paginile asociate mișcării QAnon vor fi suprimate, chiar dacă ele nu „au conținuturi violente”.

Lucrurile nu se opresc aici: influențatori de pe Instagram transmit postările lui QAnon în Australia, Brazilia (unde au jucat un rol foarte important în alegerea lui Bolsonaro), Noua Zeelandă, Germania, Regatul Unit, Olanda, Portugalia, Italia, Franța sau Africa de Sud, unde postări distribuite de mai multe mii de ori susțineau că Pretoria se află în centrul unui trafic de ființe umane. Aproximativ 80 de candidați la alegerile pentru Congresul American erau în mod declarat pro-QAnon. Dintre ei, Marjorie Taylor Greene este aleasă. John Ratcliffe, șeful serviciilor secrete ale lui Donald Trump, se numără printre partizanii săi.

Ivit din adâncurile Internetului, QAnon a devenit astfel, în trei ani, un fel de religie și a pătruns în clasele de mijloc americane care sperau în venirea unui salvator, despre care vorbeau Norman Cohn încă din 1957, în eseul său *The Pursuit of the Millennium*, René Girard în *La Violence et le Sacré* din 1972, George W.S. Trow în *In the Context of no Context* din 1980, precum și mulți alții.

Totul este deja pregătit pentru ceva mult mai rău, cum vom vedea mai departe.

Rețelele de socializare amenință democrația: alegerile prezidențiale americane din noiembrie 2020

Închizînd tot mai multe persoane în bule de certitudini, făcînd să fie tot mai greu de știut ce gîndesc ceilalți, de aflat care sînt argumentele lor, circulația dintre taberele politice devine din ce în ce mai anevoioasă, sînt rupte toate punțile dintre cei care vor trebui oricum să trăiască laolaltă. Sînt încurajate mînia și resentimentele celor care pierd alegerile, care nu pot vedea înfrîngerea decît ca pe rezultatul unui trucaj, de vreme ce nu au acceptat să fie informați de alte surse decît cele ale taberei lor.

Alegerile prezidențiale americane din noiembrie 2020 nu sînt anecdotice. Ele constituie semnul prevestitor al unei mișcări ce va face ca democrația să devină din ce în ce mai puțin suportabilă pentru minorități, care alcătuiesc adesea, date fiind modurile de scrutin, majorități efemere.

Cifrele vorbesc de la sine: după World Values Survey, care măsoară opinia publică din 48 de țări, procentul alegătorilor americani ce „doresc un lider puternic, care nu se încurcă nici cu Congresul, nici cu alegătorii” a trecut de la 25% în 1990 la 37% în 2017. Probabil că în prezent procentul este mult mai mare. Democrația este în pericol.

Ceea ce s-a petrecut în Statele Unite se petrece peste tot, în virtutea înseși logicii rețelelor de socializare, care îngăduie ca fiecare să se închidă în propriile credințe, în propria cultură, propria limbă, chiar propriul gen. Exacerbînd dinamica

autistă și narcisică a slujitorilor pieței, fenomenul fabrică ceea ce vedem astăzi: societăți omogene se fragmentează, nemaifiind alcătuite decât din blocuri de certitudini juxtapuse, care nu se mai pot mulțumi cu compromisuri, or acestea sînt temelia procesului democratic.

Spune-mi cum te informezi ca să-ți spun cine ești

Întotdeauna, în orice epocă, modul de a se informa al fiecăruia este, cum am văzut, determinat de poziția sa în societate, de educația sa, de obiceiurile sale, curiozitatea sa, spiritul său critic.

Cei care se distanțează de toate sursele de informare, deliberat sau prin constrîngere, se concentrează asupra a ceea ce sînt, fără a face progrese, fără a învăța, fără a se desprinde de credințele ce le sînt transmise de mediul familial sau religios.

Cei care se informează în mod regulat, prin intermediul unor canale media pe care le-au consultat exclusiv, ani de-a rîndul, nu pot decât să fie întăriți în opiniile lor; este cazul celor care nu citesc decât un singur ziar; al celor care ascultă același post de radio sau urmăresc același canal de televiziune zi de zi; al celor care nu consultă decât o singură publicație online sau care nu cred decât ceea ce rețeaua lor de socializare favorită alege să le transmită.

Cei care acționează astfel se umplu de certitudini și sînt condamnați să-și reducă spiritul critic, să fie predispuși să creadă toate conspirațiile și toate teoriile complotiste care ar putea să le justifice crezul.

Unii dintre cei care petrec ore în șir pe cele mai diverse rețele de socializare, lipsiți de grile de lectură, fără vreo curiozitate anume sau vreo pretenție de calitate și care se cred spirite libere se lasă și ei prinși în plasa acestor rețele, care le analizează preferințele, centrele de interes și le oferă acces către tot ce este apropiat de prejudecățile lor, fără ca ei să-și dea măcar seama. Ele îi aduc fără voia lor în situația celor care aleg de bunăvoie să nu audă decît un singur punct de vedere: în plus, pentru aceștia, timpul pierdut este superior timpului cîștigat, la fel cum se întîmpla în trecut în cazul altor canale media sau mijloace de transport.

În schimb, cei care parcurg exigent zeci de ziare, ascultă mai multe posturi de radio, se uită la mai multe canale de televiziune, citesc numeroase ziare de calitate online, fără să-și îngăduie să citească doar ceea ce le întărește propriul punct de vedere, cei care gîndesc și împotriva propriilor opinii, care conversează cu prieteni, rude sau corespondenți toleranți și de încredere, în mediul real sau în cel virtual, își multiplică sursele cunoștințelor despre lume și își dezvoltă spiritul critic, aceia sînt avantajați. Însă ei au nevoie să fie pregătiți în acest sens.

Cei care, în plus, au acces la cercurile puterii politice, naționale sau locale, ale puterii economice, tehnologice, culturale și științifice continuă, cum s-a întîmplat de trei mii de ani încoace, să fie singurii care au acces la informațiile esențiale necesare pentru a-și investi în cele mai bune condiții

banii, pentru a ocupa posturi în structurile de putere și a construi o viață liberă. Cum s-a întâmplat dintotdeauna.

De fapt, oricare ar fi amplitudinea schimbărilor tehnologice, demografice, culturale, economice, politice și istorice, nimic esențial nu s-a schimbat cu trecerea mileniilor; din trecut putem întotdeauna extrage legi, valabile în viitor.

1. În textul original, „the grid of intimacy”, *The New Yorker*, 9 noiembrie 1980 (n. tr.).
2. „Groups of more than one were now united not by a common history but by common characteristics. History became the history of demographics, the history of no-history” (n. tr.).
3. Cartea a fost tradusă în limba franceză sub titlul *Contexte sans contexte*, traducere de René Cleitman, cu o prefață de Jacques Attali, Fayard, Paris, 1999. Volumul cuprinde, pe lângă versiunea franceză a eseului *Within the Context of No Context*, și un alt eseu (*Collapsing Dominant*), publicat inițial tot în *The New Yorker* (martie 1997), considerat la rîndul său de o importanță majoră (în franceză, *L'effondrement du dominant*) (n. tr.).
4. Foarte preocupat de problema sărăciei din Franța de la începutul secolului al XVII-lea, medicul Théophraste Renaudot (1586-1653) deschide un dispensar unde cei săraci erau consultați gratuit. În 1926 este creat celebrul premiu literar Renaudot, care se decernează anual. Vezi, *supra*, subcapitolul „În Franța, un ziar de propagandă: *Gazette* a lui Renaudot” (n. tr.).
5. Acronim pentru Google, Amazon, Facebook, Apple (n. tr.).
6. *Globish* este un cuvînt telescopat, format din combinarea termenilor *global* și *english*: „engleza planetară”, o versiune simplificată a limbii engleze, alcătuită în principal din termenii și expresiile cele mai uzuale, golite de orice încărcătură culturală sau istorică, și vorbită majoritar de locutori neanglofoni. Unii lingviști văd în *globish* un nou jargon, considerat cînd un avantaj în comunicarea internațională (o nouă *lingua franca*), cînd o caricatură a unei limbi engleze sărăcite, în care precumpănește caracterul strict utilitar. Se consideră ca această „novlimbă” se caracterizează printr-un vocabular de aproximativ 1 500 de termeni, cu încărcătură semantică neutră și o gramatică masiv simplificată (n. tr.).
7. În franceză, *lanceur d'alerte*, expresie al cărei echivalent românesc este tot mai des folosit în limbajul mediatic. Se referă la persoane, instituții, grupuri care lansează semnale de alarmă, totdeauna de bună-credință, cînd sesizează un pericol, o amenințare pentru ființa umană. Se pare că expresia a apărut în

cultura franceză încă din 1999, în contextul unor alerte sanitare și privind mediul înconjurător (n. tr.).

8. *Hold-Up: Retour sur un chaos* este un documentar conspiraționist despre modul cum a fost gestionată epidemia de Covid-19 în Franța, realizat de Pierre Barnérias, Nicolas Réoutsky și Christophe Cossé și difuzat pe 11 noiembrie 2020 pe platforma video la cerere Vimeo, de unde a fost retras a doua zi (dar a continuat să circule masiv pe rețelele de socializare). Folosind tehnica tipică pentru un documentar, filmul iese însă din cadrele acestuia, cultivând dezinformarea privind pandemia și sugerând existența unei conspirații mondiale care ar fi răspândit boala. Filmul a provocat în Franța mari polemici și valuri de indignare, masive luări de poziție ale unor ziariști, sociologi, istorici, specialiști în cultura digitală, în teoriile complotiste sau în teoriile comunicării, care au scos în evidență dezinformările, manipularea, sursele falsificate sau neverificate utilizate în acest film (n. tr.).
9. „Les Décodeurs” este o rubrică a versiunii online a ziarului *Le Monde*, care publică rezultatele verificării informațiilor de către un grup pluridisciplinar (n. tr.).
10. „Factuel” este o rubrică online a Agenției France Presse, care verifică, cu ajutorul unor echipe de ziariști-editori, informațiile online în multiple limbi, colaborând cu filialele acesteia din întreaga lume (n. tr.).
11. Radio Télévision Libre des Mille-Collines a fost o stație de radio din Ruanda, care a emis doar un an (1993-1994), în timpul genocidului din această țară, când a transmis deliberat informații false: un „fake news” privind o listă de douăzeci de personalități Hutu care trebuiau eliminate, chipurile elaborată de Tutsi, a declanșat masacrul de la Bugesera (n. tr.).

Capitolul 12

A fi informat, a fi liber și a acționa

2021-2100

George Orwell, într-un roman cunoscut în toată lumea, intitulat *O mie nouă sute optzeci și patru*, publicat în 1948 și inspirat din totalitarismele hitlerist și stalinist, descrie cum un bărbat și o femeie sînt striviți de un sistem care îi forțează să se nege pe ei înșiși, utilizînd metodele celor mai teribile dictaturi: propaganda, supravegherea, rescrierea istoriei, novlimba, poliția gîndirii, toate în serviciul unui Big Brother.

Într-un fel, pentru mulți oameni, aceasta este realitatea prezentului. Nu numai pentru cei care trăiesc în dictaturile ce controlează mai bine de o treime din populația lumii, dar și pentru cei care, în democrațiile formale, sînt încă martirizați, înfometăți, subeducați, subinformați, atrași de divertisment, măguliți în propriul ego sau supuși unui potop digital de mesaje sumare, de incitări comerciale, de propagandă zgomotoasă, de denunțări imaginare, de știri aproximative, de indignări sectare, de chemări la violență și de supraveghere din ce în ce mai strictă. Doar că, spre deosebire de dictatori,

Big Brother-ul modern nu este nici o persoană, nici un stat, ci un sistem tehnic aflat în slujba câtorva mari averi.

Acesta să fie oare rezultatul a mii de ani de luptă pentru mai multă educație, mai multă cultură, mai multă rațiune, luminare, libertate, progres, bunăstare, informare, știință, creativitate? Ar trebui oare să ne resemnăm văzînd că atît de mulți oameni utilizează într-un mod atît de jalnic fabuloasele mijloace pe care atîtea femei și atîția bărbați de geniu, atîția martiri ai libertății, atîția cercetători, profesori, ziariști, întreprinzători, meseriași, scriitori, militanți, artiști le-au pus la punct și le-au transmis mai departe? Și, mai ales, ar trebui oare să ne resemnăm și să acceptăm modul în care au fost deturnate, cel puțin în ultimii douăzeci de ani, uriașele promisiuni ale tehnologiilor digitale?

Cu atît mai mult cu cît nu este decît un început.

Ceea ce le așteaptă pe viitoarele generații și, în mai mare măsură, pe cele care vor trăi peste un secol sau două (dacă va mai exista omenirea peste un secol sau două) este și mai incredibil. Și mai nebunesc. Practic de neînțeles în prezent.

În ce fel de lume vom trăi? Ce consecințe vor avea colosalele mutații ecologice, tehnologice, economice, sociale, ideologice, geopolitice, culturale, politice la care ne mai putem aștepta? Vom mai ști oare să deosebim ceea ce este adevărat de ceea ce este fals? Informația de divertisment? Vor mai exista oare ziare? Stații de radio? Canale de televiziune? Rețele de socializare? Ziariști? Vom fi oare supravegheați și mai mult decît în prezent de puteri private și/sau politice, sub pretextul primirii informațiilor celor mai bine adaptate la nevoile fiecăruia? În special, al informațiilor despre propria stare de sănătate? Va mai dori cineva și va mai putea oare să

primească altceva decît informații despre sine însuși? Cele mai importante informații, cele care, pentru a-și păstra valoarea, trebuie cunoscute înaintea celorlalți, vor continua oare să fie rezervate unei infime minorități ce continuă să acumuleze cea mai mare parte a averilor din lume? La ce va servi să fii informat dacă vei intra astfel într-o totală captivitate, determinată de supravegherea dusă la extrem a celor ce informează și revînd apoi informațiile despre cei pe care-i informează celor care plătesc cel mai bine sau le cedează puterii politice de care depind? Toate informațiile, adevărate sau false, vor fi oare într-o bună zi fabricate de automate, conectate direct la surse nesfîrșite de știri false? Fiecare va avea oare acces la infinitatea hologramelor lumilor celorlalți? Ce am mai putea oare imagina? Am putea oare imagina ceva mai bun? Un viitor al libertății informației mai este oare de dorit și posibil?

Ce învățături să tragem din trecut?

Pentru a înțelege bine ceea ce se conturează și pentru a evita ca societățile noastre să fie într-o bună zi spulberate de instrumentele pe care le-au creat pentru a citi, a auzi, a vedea, a ști trebuie mai întîi de toate să tragem învățăturile oferite de multitudinea de evenimente, tehnologii, aventuri care jalonează istoria informației și a mijloacelor de comunicare. Pentru că, în acest trecut, putem repera motive, invarianți, constante, tendințe ce alcătuiesc un fel de legități ale istoriei media.

În Istorie, putem descifra cîteva legi, valabile de cîteva milenii, care ar putea să funcționeze încă cel puțin cîteva decenii. Să le reamintim:

1. Mijloacele de difuzare a mesajelor private se transformă unele după altele în mijloace de comunicare de masă: corespondența scrisă devine ziar; telefonul devine radio; fotografia devine televiziune; mesajul electronic devine Internet. Alte mijloace de transmitere a informației vor urma.
2. Mijloacele de informare servesc și la autoeducare, la cultivarea spiritului, la destindere, la crearea operelor de artă. Ele au făcut posibilă apariția sculpturii, gravurii, tiparului, fotografiei, discului, cinematografului, radioului, televiziunii, jocului video și jocurilor online.
3. Diversele modalități de a produce și a difuza informațiile, care au devenit rînd pe rînd activități comerciale, sînt treptat automatizate și înlocuite de artefacte (de la tipar și pînă la rețelele de socializare).
4. Un instrument de comunicare este înainte de toate o sursă de putere pentru politică, de profit pentru proprietarii lui și de divertisment pentru clienți.
5. Forma ideologică, culturală, economică, politică a fiecărei societăți determină în mare măsură modul în care fiecare poate sau alege să fie informat.
6. Invers, viitorul politic, cultural, economic și social al fiecărei societăți depinde de modul în care fiecare dintre membrii ei este sau nu este informat.
7. Principala putere geopolitică a unei epoci este națiunea care stăpînește cel mai bine mijloacele de comunicare și de

informare ale momentului și care știe cum să le folosească pentru a exercita influență în afara granițelor sale.

8. Puterea implică posesia mijloacelor de a fi informată înaintea tuturor despre lucrurile cu adevărat importante, selectarea informațiilor ce vor fi transmise celorlalți, cenzurarea, tăinuirea sau denigrarea tuturor celorlalte.
9. Media încearcă dintotdeauna să cunoască preferințele clienților lor, tot așa cum puterile încearcă să le cunoască pe cele ale supușilor lor; și unele, și altele încearcă să supravegheze, să seducă, să sperie, să distreze, să capteze atenția, să valorifice cât mai bine datele pe care le obțin, fie pe cale polițienească, fie pe cale politică sau financiară.
10. Tot mai mulți oameni, atât în cifre absolute, cât și în cifre relative, au acces la informații verificabile și demonstrabile. Tot mai mulți oameni se aflau în situația de a furniza informații credibile despre evenimente la care au fost martori nemijlociți sau ale căror consecințe le pot analiza.
11. Accesul egal, liber și al tuturor la toate informațiile pertinente și utilizabile pentru acțiune constituie condiția existenței democrației, chiar dacă nu este suficient pentru a împiedica instalarea unei dictaturi.
12. Toate simțurile au fost, sînt și vor fi puse rînd pe rînd la contribuție pentru a comunica, a informa, a manipula, a subjuga, a acționa, a elibera: văzului și auzului le vor urma pipăitul, mirosul și gustul. Și încă multe altele.

Dacă toate aceste tendințe, ce acționează de milenii, persistă – și nu există nici un motiv să nu se întîmple așa –, atunci, timp de încă cîțiva ani, în multe țări, se vor cumpăra și

se vor citi în continuare ziare tipărite pe hîrtie, se va asculta radioul și se va urmări televiziunea, se vor utiliza rețelele de socializare. Tot mai mulți oameni se vor considera ziariști și vor crea canale media. Pentru unii, ele vor fi din ce în ce mai demne de încredere, iar pentru alții, din ce în ce mai părtinitoare, intolerante sau mincinoase. Cei privilegiați vor continua încă multă vreme să beneficieze înaintea altora de informațiile decisive și să le folosească pentru a face averi.

Apoi, unele după altele, aceste canale media vor evolua și vor dispărea – în orice caz, în forma pe care o cunoaștem în prezent. Iar odată cu ele ar putea dispărea, în mare parte, accesul la literatură, la cunoașterea mizelor mondiale, la adevăr și la libertate. Cei mai bogați și mai bine informați vor cunoaște noi beții, noi senzații, pînă ce, într-o bună zi, nu vor mai fi doar informați despre desfășurarea evenimentelor, ci cufundați în artefactele acestora. Apoi, într-o bună zi, vor deveni ei înșiși niște artefacte care consumă, în toate modurile posibile, niște artefacte. Ceea ce s-ar putea evita doar dacă suficient de multe persoane se vor lupta și vor reuși să facă în așa fel încît întreaga umanitate să aibă acces la mijloacele de a se informa, de a se cultiva, de a critica, a cerceta, a gîndi, a fi liberă.

Cum va arăta lumea de mîine?

Am văzut că profilul ideologic, cultural, economic al fiecărei societăți determină în foarte mare măsură modul în care sînt informați membrii ei. Pentru a înțelege cum vor evolua

modurile de informare, trebuie așadar să înțelegem, atît cît este posibil, devenirea de mîine a societăților și, reciproc, cum vor fi ele influențate de evoluția modurilor de informare.

Deși este posibil să povestim istoria umanității din ultimii șase mii de ani și a raportului său cu informația, puțini sînt cei ce îndrăznesc să deducă de aici care va fi înfățișarea societăților noastre peste un secol; și, în special, modul în care se vor informa membrii lor. Este adevărat că e un lucru foarte dificil: parametrii care determină viitorul sînt fără număr; cine ar fi putut să prezică, chiar și în anul 2000, cum va arăta lumea anului 2021?

A prezice viitorul nu este imposibil. Există o imensă literatură științifico-fantastică, care lasă să se întrevadă cele o mie și una de înfățișări posibile ale viitorului. Există filme care descriu verosimila invadare a lumii de către ecrane, precum și modul în care se va amalgama realul cu virtualul. Există și o literatură de viitorologie pasionantă, care descrie cîteva tendințe pe termen lung. Iar eu mă strădui, de mulți ani, să dezvolt o metodologie care a dat unele rezultate. Iată care ar putea fi cel mai probabil viitor.

Timp de încă cîteva decenii, populația mondială va continua să crească, apoi va scădea; climatul se va deteriora; apoi, poate, se va ameliora; nivelul de educație și cultură al societății mondiale, în special cel al femeilor, se va îmbunătăți; tot mai multe persoane vor trăi în interiorul sau în proximitatea orașelor; o vreme, modul de viață, munca, consumul vor continua să fie alerte, flexibile, nomade; munca și consumul se vor confunda din ce în ce mai mult; singurătatea va fi tot mai mare, atît la muncă, cît și în viața privată; cuplurile, ca și locurile de muncă, vor fi din ce în ce

mai precare; exigențele climatice vor impune o sobrietate energetică și renunțarea cât mai curînd posibil la energiile fosile.

Piața și stăpînii ei vor informa, vor supraveghea, vor convinge, vor constrînge; informația cea mai rară, adică cea înzestrată cu valoare, va continua să fie monopolizată de aceiași, de moștenitorii lor și de cei care vor ști să se strecoare în interstițiile acestor lumi închise pentru a juca un rol. Ceilalți vor fi preocupați să-și câștige traiul și să se distreze, fiind ei înșiși principalul lor subiect de distracție.

Industriile care vor recolta cea mai mare parte a investițiilor vor fi industriile vieții (sănătatea, igiena, alimentația, agricultura, educația, cultura, cercetarea, digitalul, distribuția, energiile curate, locuințele durabile, apa curată, securitatea, democrația, informația, divertismentul, ospitalitatea, asigurările și creditele). Tot mai multe activități umane vor fi automatizate; legile lui Moore¹ și Metcalfe² se vor aplica încă foarte multă vreme. Modurile de comunicare vor continua să evolueze conform celor douăsprezece legi deja enunțate.

Principalele puteri actuale (Statele Unite, China și Europa) se vor opune unele altora încă cel puțin jumătate de secol, din punct de vedere economic, politic, militar, cultural; pe urmă vor apărea noi puteri, demografice, economice, apoi militare: India și Nigeria, Indonezia și Brazilia. Imense forțe radicale vor continua să facă omenirea să tremure.

Umanitatea va fi din ce în ce mai clar organizată în trei grupuri: unul, foarte minoritar, alcătuit din nomazi de lux, va controla cea mai mare parte a puterilor, cunoașterii și bogățiilor; un al doilea, alcătuit din cei mai săraci, nomazi ai

mizeriei extreme, care vor continua să moară uneori de foame; și un al treilea, între cele două, nomazii virtuali, care visează să se integreze în primul grup și se tem să nu cadă în al doilea.

În primul grup, informația va continua să circule în cercuri foarte restrânse de prieteni, de bogați, de investitori, afaceriști, cercetători, universitari, întreprinzători, care vor cunoaște tot înaintea celorlalți starea științei, a tehnologiei, a piețelor, a inovațiilor și vor ști ce persoane anume trebuie contactate. În al doilea, cei mai săraci nu vor avea știri despre lume decât prin intermediul telefonului sau al urmașului acestuia. În fine, în cel de-al treilea, clasa de mijloc sedentară va continua să aibă acces la ziare atît timp cît acestea vor mai exista.

Dacă nu reacționează foarte rapid, statele vor pierde treptat orice putere în fața marilor grupuri care colectează informații și care vor asigura, prin intermediul datelor colectate, toate serviciile publice din prezent (de la educație la destindere, de la producție la sănătate, de la consum la divertisment, de la servicii bancare la asigurări, de la poliție la justiție, de la naștere la moarte).

Fiecare va fi din ce în ce mai ferecat în propria bulă, fugind de informațiile contradictorii. Compromisurile vor deveni atunci mai greu de construit între grupuri din ce în ce mai zăvorâte în propriile certitudini; libertatea individuală va avea mai puțină căutare decât securitatea. Exigențele legate de mediul înconjurător vor impune constrîngeri din ce în ce mai puternice: se va trece de la hipersupravegherea în care ne aflăm deja la autosupraveghere, unde fiecare va da de bunăvoie tot mai multe informații despre sine însuși celor care îi vor furniza, în schimb, alte servicii; și fiecare va fugi de

frica morții prin divertisment mai curînd decît prin vreun crez sau ritual.

Față cu imensele contradicții pe care le pregătește această lume, încă dinainte să se ajungă la asemenea extreme, se vor ivi – se ivesc deja – grupuri care vor cere să se pună capăt acestor coșmaruri, să se dea un sens lumii și să fie excluși cei care profită peste măsură de ea.

Unele dintre aceste grupuri vor apăra ideologii ale credinței, înrădăcinării, izolării, sectarismului sau comunitarismului în slujba unor minorități maltratate; unii vor deturna în cadrul lor idealurile ecologice. Alții vor dori pur și simplu să se descotorosească de cei pe care-i cred puternici. Ei vor contribui la instalarea terorii și vor triumfa în unele țări, unde vor instaura, pentru o vreme, dictaturi sociale, religioase, identitare sau ecologice.

Alte grupuri vor lupta pentru respectarea libertăților individuale, pentru instaurarea unor democrații reale, pozitive, care să acorde dreptul la vot generațiilor viitoare și să organizeze o guvernare planetară a marilor mize comune.

Cine va câștiga? Nimic nu este dinainte știut. Mass-media va reprezenta o dată mai mult o armă esențială în aceste bătălii.

Unele ziare pe hîrtie vor mai supraviețui o vreme

În multe țări, un număr crescînd de persoane vor dispune, pentru o vreme, de timpul, libertatea politică, mijloacele

financiare și curiozitatea intelectuală necesare pentru a citi presa pe hîrtie. În majoritatea acestor țări, oamenii vor dori în continuare să primească la domiciliu ziare cotidiene și reviste, pentru a le răsfoi înainte de a pleca la muncă. Totuși, numărul lor va scădea din ce în ce mai mult.

În unele democrații, puține la număr, precum Japonia, presa pe hîrtie poate fi sigură că va avea un viitor, mulți ani încă. În special cotidienele din țările respective care se numără actualmente printre primele zece din lume vor continua, o vreme, să fie citite și rentabile. În celelalte democrații, cotidienele vor dispărea treptat, cele mai rezistente fiind ziarele sportive și cîteva titluri locale.

Totuși, în toate aceste țări, un număr crescînd de tineri vor dori să devină ziariști. Ei se vor reorienta, cum vom vedea, spre alte canale media.

În unele dictaturi, precum China, cotidienele vor continua o vreme să transmită publicului ordinele și imperativele cotidiene. Vor rămîne, direct sau indirect, în proprietatea partidului unic.

Peste tot, revistele, oricare ar fi periodicitatea lor, vor continua să fie citite pe termen ceva mai lung, pentru că explică evenimentele și le permit cititorilor să facă haz pe seama acestora; dar, mai ales, pentru că servesc clientele specializate, pentru că oferă programul celorlalte canale media, pentru că povestesc viața celebrităților trecătoare, vorbesc despre viața asociativă, despre sport, mediu înconjurător, economie, spectacole, chestiuni legate de gen și de minorități și nenumărate alte subiecte specifice. Toate publicațiile acestea vor putea continua să fie rentabile, chiar și fără să aibă neapărat o versiune digitală, dacă vor ști să ofere

un conținut original și folositor unor clientele foarte speciale, ale căror dorințe vor putea încerca să le înțeleagă mai bine prin intermediul aplicațiilor ce vor urma după Chartbeat.

Cînd nu vor fi în proprietatea camuflată a unor conducători politici, aceste ziare vor aparține unor mari grupuri financiare sau unor mari întreprinderi colectoare de date, date pe care le vor utiliza pentru a-și îmbunătăți metodele de cunoaștere a comportamentelor și rețelelor folosite de utilizatorii lor, pentru a le vinde apoi mult mai mult decît informații: asigurări, credite, educație, arme, alimente, mijloace de transport etc.

Va fi posibilă abonarea simultană la mai multe dintre aceste ziare pe hîrtie, cum se procedează în cazul lui Netflix sau Apple pentru filme ori în cazul lui Spotify pentru muzică. Astfel de platforme de abonamente multiple există deja și au un oarecare succes: compania canadiană Press Reader, lider mondial al acestei piețe din 1999, cu 12 milioane de utilizatori lunar, oferă acces printr-un abonament unic la peste 7 000 de ziare și reviste în 60 de limbi. Începînd din 2013, platforma suedeză Readly reunește 3 400 de titluri, dintre care 1 000 în limba germană. Platforma americană Magzter, înființată în 2011, reunește în prezent mai multe zeci de milioane de cititori, în special în India, oferind peste 5 000 de titluri. În Japonia, Nordoc Inc, înființată în 2015, are în prezent 6 milioane de cititori, cărora le oferă sute de titluri, în japoneză și în engleză. În Franța, Cafeyn comasează 1 600 de titluri, iar ePresse, 450.

Totuși, pe termen mai mult sau mai puțin lung, în majoritatea țărilor și în ciuda calității și bunelor intenții ale

ziariștilor, modelul economic al presei pe hîrtie va fi imposibil de menținut.

Mai întîi, cotidienele (apoi revistele) nu vor mai oferi la timp informațiile pe care toată lumea le va fi primit deja prin intermediul altor canale media; iar ziarele cotidiene nu vor dispune totdeauna de mijloacele și de distanțarea necesare pentru a oferi analiza de fond pe care un săptămînal o mai poate încă furniza. Apoi, aceste ziare vor fi treptat lipsite cu desăvîrșire de publicitate, mărcile devenind mai interesate să-și plaseze direct anunțurile pe rețelele de socializare (mai bine targetate), pe conturile personale ale influențatorilor (care au un impact mai mare), să se strecoare direct în domeniul informațiilor, prin metode foarte noi care vor apărea în scurt timp. Apoi, costul distribuției, sub formă de chioșcuri sau de transport la domiciliu, va deveni prohibitiv în comparație cu costul, practic nul, al difuzării digitale. În fine, este puțin probabil ca presa pe hîrtie să aibă un mare viitor în țările unde încă nu s-a dezvoltat, precum în țările africane. Nigeria, în special (menită să devină peste un secol dacă nu chiar cea mai populată, în orice caz una dintre cele mai populate țări din lume), și Republica Democratică Congo (prima țară francofonă ca număr al populației) ar trebui să treacă direct la presa digitală, tot așa cum au trecut direct la telefonul mobil, fără a trece prin etapa telefonului fix.

Prin urmare, pentru a supraviețui, ziarele pe hîrtie vor trebui să dezvolte podcasturi, rețele de socializare, seminare, forumuri, să reducă masiv numărul ziariștilor angajați, să utilizeze liber-profesioniști sau contribuitori grațiuți. Doar dacă nu vor găsi, o dată mai mult, niște mecena care urmăresc

alte scopuri decât rentabilitatea. Vom reveni asupra acestor lucruri în capitolul următor.

În unele țări, ziarul pe hîrtie dispare deja: în Norvegia, țară unde pătrunderea smartphone-urilor este cea mai mare din lume (peste 95%), deși publicul are mare încredere în presă, unele ziare trec deja în întregime în versiune digitală: în 2021, abonamentele digitale constituie cea mai importantă parte din veniturile cotidianului *Aftenposten*. Ziariștii acceptă să nu mai lucreze decât pentru ecranul telefonului mobil: „Articolele noastre sînt gîndite în acest sens și numai în acest sens”.

În Suedia, numeroase redacții ale unor ziare mari externalizează deja în întregime producția conținutului versiunii lor pe hîrtie către o agenție externă și se concentrează exclusiv pe digital; astfel, conținutul versiunii pe hîrtie a lui *Svenska Dagbladet*, proprietate a grupului media Schibsted, este externalizat către agenția de presă TT News Agency, care îl alcătuiește pe baza depeșelor sale și a celor mai citite articole de pe site-ul Web al ziarului.

Mass-media mixtă: leadership-ul amenințat al lui *New York Times*

Dintre ziarele preocupate să-și mențină independența financiară, multe vor dezvolta o versiune digitală, unele încercînd să păstreze și o versiune pe hîrtie, care să permită reducerea costurilor comune. Un succes exemplar prin folosirea acestei strategii este, cum am văzut, cel obținut de

New York Times, astăzi rentabil. La începutul anului 2021, avea 5 milioane de abonați pe Internet (ceea ce face din el primul ziar digital din lume). Iar dacă, în 2011, ambiția lui era să atingă cifra de 10 milioane de abonați în 2025, acum ea este să atragă ansamblul populației mondiale adulte, posesoare a unei diplome de studii superioare și vorbitoare de engleză, adică, conform formulei orgolioase a directorului general al ziarului, peste 200 de milioane de persoane care „vor dori să afle ce se petrece în Statele Unite și, în general, în Occident”. Ziarul dorește chiar să se impună „ca singura sursă mondială de informații demnă de încredere și independentă”. Și crede că are din ce în ce mai puțini concurenți în acest sens, pentru că proiectul acesta va implica, după spusele directorului, „o uriașă echipă de ziariști de nivel foarte înalt, foarte greu de reunit, în condiții de rentabilitate”.

Dincolo de caracterul extraordinar de imperial și arogant al unei astfel de ambiții și independent de recente derivate ale ziarului, care îl fac să fie din ce în ce mai puțin „o sursă de informații demnă de încredere”, am putea observa dezvoltarea, cel puțin în India și Nigeria, poate chiar și în China, în Vietnam sau în Europa, a unor ediții internaționale ale unor ziare care oferă, la un cost mult mai mic decât *New York Times*, știri mondiale, scrise într-o engleză de foarte bună calitate de ziariști foarte competenți, cu conținuturi mult mai puțin impregnate de imperialismul, relativismul și comunitarismul americane: aroganța este cel mai mare dușman al celui puternic...

Nenumărate alte titluri digitale se vor dezvolta, însoțite și de o versiune pe hârtie.

Fiecare va putea în scurt timp (și poate deja) să-și fabrice propriul ziar digital pe baza propriilor preferințe, reunind articole care-l interesează preluate de pe toate canalele media, fără să fie obligat să facă trimitere la site-ul fiecăruia dintre ele. De asemenea, foarte mulți ziariști pot să dezvolte singuri ziare digitale, cu ajutorul unor programe din ce în ce mai sofisticate – direcția aceasta fiind una dintre cele mai promițătoare, dar și dintre cele mai puțin explorate, vom reveni asupra ei în capitolul următor.

Totuși, abonamentul digital la un canal media, oricare ar fi el, nu va fi lesne de obținut dată fiind abundența informațiilor gratuite, în special la radio, la televiziune și pe nenumărate site-uri sau platforme, care produc informații și comentarii gratuite sau care fură conținutul altor canale media.

În ansamblu, singurele ziare pe hârtie care vor supraviețui o vreme vor fi titlurile specializate, adresate unor clientele anume, mai ales vîrstnice, cărora le vor oferi un sentiment de apartenență. Este vorba despre ziare susținute de întreprinderi, adresate salariaților sau clienților lor; sau de companii de asigurări, adresate celor asigurați; sau de diverse asociații, pentru membrii lor; sau de diverse biserici, pentru credincioșii lor; de diverse canale media, pentru spectatorii lor. Ele vor conține articole explicative, care reasază evenimentele dintr-un anumit domeniu în contextul lor cultural și istoric, căutînd sensul în trecut pentru a restitui unor societăți nomade și efemere rădăcinile, pe baza unor expertize externe. Aceste periodice vor dobîndi tot mai mult formatul unor broșuri, albume, publicații hibride, intermediare între revistă și carte.

Atît timp cît vor exista, ziarele pe hîrtie vor continua să fie receptaculele calomniilor, falselor scandaluri, incitărilor la crimă. Cum au și fost de secole întregi. Dorința de a suprima elitele, de a dărîma idolii va fi din ce în ce mai evidentă. Iar presa va ști unde să găsească surse de inspirație.

Va continua, de asemenea, să se dezvolte ceea ce nu a încetat niciodată să existe începînd cu acele *avvisi* din secolul al XVI-lea: scrisorile confidențiale, foarte scumpe sau trimise gratuit clienților lor de mari instituții financiare. Informațiile pe care le vor conține vor continua să aibă o greutate considerabilă în deciziile financiare și politice, înainte de a fi reluate, fără nici un altfel de avantaj financiar, de celelalte canale media. Dacă ele trec în domeniul digital, pentru a crește viteza de comunicare a informațiilor lor, vor trebui să utilizeze tehnologiile cele mai avansate ale criptării.

Unele dintre ele, cum vom avea prilejul să constatăm, vor încerca, cu succes, să se transforme în canale media pentru marele public, asumînd faptul că acesta are dreptul la aceleași adevăruri precum cei puternici.

Radioul, canal media nomad al viitorului

Acest canal media, care există de un secol, continuă să aibă un mare viitor în fața sa. A fost și va rămîne primul și principalul punct de contact cu informațiile generale pentru populațiile aflate departe de marile centre; acolo unde Internetul este disponibil, va fi ascultat pe telefon, prin DAB sau VPN. Citadinii vor asculta radioul la birou, acasă, în timp ce fac

sport, în mijloacele de transport în comun, din mers, pe bicicletă sau în mașină (cu condiția să nu-l asculte în căști în timp ce conduc mașina). Unele aplicații, precum Radio Garden, permit deja audiția, în condiții excelente, a tuturor stațiilor din lume, sub rezerva acordării de licențe. Noi stații, cu programe din ce în ce mai incisive, vor putea fi create din ce în ce mai ușor. Este deja și va deveni din ce în ce mai simplu să fie create posturi de radio care emit în orice limbă, ceea ce va favoriza supraviețuirea unor limbi amenințate și va submina, în special datorită traducerilor automate, *globish*-ul, engleza aceea sumară care pare că se răspîndește în toate conversațiile.

Veniturile posturilor de radio private vor proveni mai ales din publicitate, sub forma sponsorizării de emisiuni sau podcasturi. Veniturile din podcasturi le vor depăși chiar, într-o bună zi, pe cele ale radioului propriu-zis.

Muzica, sportul și informațiile vor continua să constituie programele principale. Unele emisiuni sînt și vor continua să fie produse de ziariștii asociați stației, de specialiști externi, sau vor fi propuse de auditori. Cei din mediul rural vor asculta radioul pentru a se informa, pentru a se cultiva, pentru divertisment, pentru a se simți legați de lume și, de asemenea, pentru prognozele meteo și recomandările legate de agricultură. Se vor înmulți atît stațiile specializate, în domenii din ce în ce mai variate, cît și radiourile din ce în ce mai personalizate, precum Radiant, care stabilește o listă de lectură în funcție de preferințele fiecărui auditor, de segmentele orare cotidiene și de condițiile meteo și care transmite în permanență ultimele știri. De asemenea, fiecare

va putea să comaseze într-un canal media personal programe preluate de la mai multe stații, după propriile preferințe.

Și alte media, scrise sau televizate, vor lansa posturi de radio. Aplicații specifice (Audacity, Reaper, Garage Band, Speaker Studio...) permit deja realizarea de emisiuni și publicarea lor online, după obținerea unei licențe, sub formă de podcasturi. Unele societăți (Buzzsprout, Transistor și societatea franceză Audiomeans) propun și o găzduire, o difuzare și o monetizare a acestor podcasturi, care sînt și vor fi difuzate și pe platforme comerciale clasice, precum Spotify sau Deezer.

Televiziunea, un canal media de neocolit și totuși depășit

Televiziunea, care nu este operațională decît din 1945, are încă un foarte mare viitor, într-o mare parte a lumii. Pentru divertisment, pentru informare și pentru urmărirea în direct a evenimentelor sportive și alegerilor.

Vor apărea noi ecrane, nu neapărat plate, integrate în pereții apartamentelor și birourilor, în vestimentație, în mobilă. Telefoanele și ecranele vor fi masiv înlocuite de ochelari care vor permite ca imaginile trimise de corespondenți să fie văzute în realitate virtuală. Vom asista la dezvoltarea unor canale specifice, adresate unui public foarte clar delimitat, propunînd uneori programe explicative foarte scurte, după modelul lui YouTube, TikTok, NowThis sau Brut,

ai căror timpi de vizualizare vor crește și care vor deveni canale media din ce în ce mai apreciate, chiar și de cei ce caută informații specializate și se vor îndepărta de canalele de știri. Interviuul președintelui francez, Emmanuel Macron, din 4 decembrie 2020, transmis pe Brut, constituie un prim exemplu. Programe specifice vor fi de asemenea furnizate acestor noi suporturi de Netflix, HBO, Amazon Prime, YouTube (la sfârșitul anului 2020, peste 2 miliarde de persoane se conectau cel puțin o dată pe lună la YouTube).

Pentru a hotărî ce reportaj, articol, emisiune vor produce, ziariștii vor lansa subiecte de conversație pe rețelele de socializare și vor urmări cum reacționează grafurile sociale pentru a determina ce subiecte vor avea cel mai mare impact și asupra cui. Vor apărea și subiecte inițial de foarte înalt nivel, apoi de audiență mai largă, pentru al căror conținut se va face efortul unei investiții. Vor fi create canale media ce permit, în timpul urmăririi lor împreună cu o anumită comunitate, afișarea pe ecran a conversațiilor cu membrii acesteia, cum este deja posibil în cazul anumitor aplicații digitale. Va fi de asemenea posibil (este ceea ce oferă deja funcția Smart TV Vidaa) să i se ceară prin viu grai, în direct, ecranului să furnizeze informații despre o ținută vestimentară purtată de un ziarist sau o ziaristă, un actor sau o actriță, despre cutare accesoriu, pentru a le cumpăra online.

Fiecare ființă umană, fiecare grup social își va putea fabrica propriul post de radio și propriul canal de televiziune, pe YouTube sau altundeva, cu ziariștii și artiștii pe care și-i alege și cu publicități personalizate. Fiecare va putea apoi să intervină în nararea unei ficțiuni; funcția este deja disponibilă pentru unele desene animate, prin intermediul Craft

Technology, dezvoltată de Allen Institute for Artificial Intelligence.

Se vor dezvolta stații de radio și canale de televiziune provizorii, orientate în favoarea sau împotriva unei persoane, în favoarea sau împotriva unui grup ori pentru a apăra o cauză, lăudabilă sau odioasă. Pentru a îndemna la rezistența împotriva dictaturii sau pentru a incita la crimă, cum se întâmplă deja de multă vreme.

În aceste canale media din ce în ce mai fărâmițate, ziariștii se vor transforma din ce în ce mai mult în niște autoantreprenori, salariați precari ai unei mass-media precare, pentru niște spectatori evanescenti. Drepturile lor, protecția lor, specificul lor profesional vor fi peste tot puse sub semnul îndoielii, atât de către autorități, cât și de publicul lor.

Rețelele de socializare: a informa pentru a fi informat

Fiecare va continua să se informeze, o vreme, prin Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram, TikTok, WeChat și prin intermediul concurenților și urmașilor lor, indieni, nigerieni, mexicani, indonezieni și europeni.

Fiecare va continua să transmită pe aceste rețele informații despre sine însuși și să caute informațiile, evenimentele și oamenii care îi influențează propria viață. Mulți vor continua să caute doar surse de informare care să le întărească propriile puncte de vedere și vor fi dirijați spre acestea prin

jocul algoritmilor care fac totul pentru ca utilizatorii să petreacă cât mai mult timp pe rețele.

Fiecare va fi înconjurat de senzori, care vor transmite fără încetare rețelelor informații despre sănătatea sa, despre starea frigiderului său, a conturilor sale din bancă și despre cei apropiați.

Fiecare va putea fi obligat, prin lege sau printr-un contract, să furnizeze aceste informații unor guverne, unor întreprinderi de date, unor companii de asigurări. Fiecare va trebui să informeze pentru a fi informat.

Cei care vor colecta aceste date și vor stăpîni grafurile sociale vor putea să trimită propuneri comerciale, să decidă ce este periculos sau, pur și simplu, deviant față de normă, să înceteze să asigure pe cineva care nu-și respectă obligațiile sportive sau care petrece prea multe ore în fața televizorului, care se uită la prea multe emisiuni cu rețete culinare sau a cărui stare de sănătate se degradează. Rețelele de socializare vor constitui și un mijloc prin care fiecare îi va informa pe ceilalți: o persoană care trimite un mesaj către cinci grupuri WhatsApp alcătuite din 255 de persoane poate ajunge la 1,4 milioane de indivizi după doar șase iterări. Și chiar la mai mulți pe Telegram și alte rețele.

India va fi principala țară în care se va dezvolta noua media. Din prezent pînă în 2025, încă 500 de milioane de indieni se vor conecta la Internet și la rețelele de socializare. Se va ajunge așadar la peste un miliard de persoane conectate. Apoi vor urma 2 miliarde de africani. Vor inventa multe aplicații astăzi de neimaginat, despre care vă voi da cîteva idei mai departe.

Aplicația ultimă a acestor rețele ar putea semăna cu ce încearcă să facă WeChat în China, pe care multe altele o vor imita: o unică aplicație pentru conversații, divertisment, informare, cumpărături, pentru supravegherea propriilor conturi, pentru plata impozitelor și pentru a afla dacă sîntem eligibili în programe sociale, pentru a vota, pentru a urma cursuri, pentru jocuri online etc.

Cum cursul de la Bursă al acestor aplicații este bazat pe creșterea lor, ele nu vor putea supraviețui decît printr-o creștere ce va rezulta parțial din luarea locului celorlalte canale media. Și tot așa cum Amazon nu va putea supraviețui decît concurînd mărcile pe care le găzduiește, nici rețelele de socializare nu vor putea supraviețui decît concurînd toate celelalte canale media. Google a prevăzut deja suprimarea, începînd din 2022, a așa-numitelor „Third Party cookies”, privînd totodată agențiile de publicitate și canalele media de orice informație despre cei care le contactează trecînd prin acest motor de căutare.

Dacă toate acestea se împlinesc, cîțiva ziariști vor deveni noile *avvisi* digitale, pentru categorii de public solvabile. Ceilalți nu vor mai fi decît niște *collapsing dominants*, despre care vorbea deja George W.S. Trow. Înainte de a fi, la rîndul lor, înlocuiți de mașini.

Ziaristica-artefact

Un foarte mare număr de ziare vor continua să recurgă încă mult timp la ziariști; un foarte mare număr de oameni vor fi,

peste tot în lume, destul de cultivați și motivați pentru a scrie articole la un preț derizoriu sau chiar gratis, pentru a-și oferi plăcerea de a fi publicați, citiți sau văzuți; o vor face, în nenumăratele ziare digitale, bloguri, podcasturi, la radio, la televiziune și pe rețele de socializare, pentru a apăra cauze bune sau rele, în mod dezinteresat, onest sau mincinos. În aceste noi *avvisi* digitale a căror urgență o prevăd.

Apoi lucrătorii umani vor fi înlocuiți treptat, în media și nu numai, de artefacte.

Automatizarea activității mediatice se înscrie în foarte vechea tendință istorică spre automatizarea tuturor activităților umane; și în special, cum am văzut în capitolele precedente, în îndelungata tendință spre automatizarea manipulării informației.

Automatizarea aceasta va permite fabricarea unor articole de presă, apoi a unor emisiuni radio și de televiziune fără nici o intervenție umană. Ea va permite reducerea masivă a costului informării. Ca și în cazul altor meserii, dispariția ziariștilor va trece prin proletarizarea lor, care va începe – a început deja – prin feminizarea lor.

Iată cum se va declanșa acest proces: ceea ce permite legea lui Moore nu se va mai limita la automatizarea reproducerii informației, ci va duce la automatizarea înseși producției de informații.

Automatizarea aceasta va începe prin scris. Numeroase programe informatice permit deja, într-o oarecare măsură, acest lucru.

Grammarly detectează plagiatul și îi oferă celui care redactează un text comentarii privind alegerea cuvintelor; de altminteri, aceasta este singura activitate de automatizare a

actului scrierii care era, la finele anului 2020, perfect operațională. Google Translate începe să poată traduce texte și este deja utilizat, în Statele Unite, de *Annals of Internal Medicine*, pentru a produce versiuni în engleză ale unor articole medicale scrise în numeroase alte limbi. Smart Compose sugerează cuvinte și fraze în timpul redactării unui e-mail, creînd o reprezentare matematică a stilului fiecărui utilizator, pe baza analizei corespondenței sale digitale, reducînd astfel timpul de scriere al e-mail-urilor, care, după McKinsey, ar ocupa, în 2021, un sfert din ziua de lucru a salariatului din sectorul terțiar.

Narrative Science poate transforma date contabile sau industriale într-o povestire înzestrată cu sens; este deja utilizat de ziare, precum ziarul scandinav *Schibsted* și ziarul american *Washington Post*, pentru a redacta automat relatarea unui meci de fotbal, prezentarea rezultatelor alegerilor locale sau un raport despre cursurile anumitor produse de bază. Wordsmith de la Automated Insights generează la rîndul său texte explicative plecînd de la date brute și este deja utilizat de Yahoo și Associated Press.

AI Writer generează articole pe baza unui titlu sau a unei teme. La fel și Articoolo, care, în plus, permite alegerea numărului de cuvinte ale unui articol (pînă la 500). Article Forge oferă posibilitatea de a selecta articolele legate de un anumit cuvînt și face sinteza lor în 60 de secunde, într-un limbaj suficient de elaborat încît să pară scrisă de o ființă umană. Lightkey memorează deprinderile de scriere și termină frazele. Writer.com, fostul Qordoba, uniformizează stilurile redacționale ale tuturor salariaților dintr-o întreprindere sau redacție.

GPT-2 (Generative Program Transformer) este cel mai promițător. Dezvoltat de laboratorul de inteligență artificială OpenAI, întreprindere creată în 2015 de Elon Musk și Sam Altman, el dispune de aproximativ un miliard și jumătate de parametri; este antrenat cu peste 8 milioane de texte și, din 2019, este capabil, deocamdată cu multe erori, să scrie un articol plecînd de la cîteva fraze care dau tema și tonalitatea. Succesorul său, GPT-3, lansat de aceeași întreprindere în iunie 2020, are de o sută de ori mai mulți parametri; va putea în scurt timp, susțin inventatorii săi, să genereze în mod credibil limbaj HTML, să creeze pagini Web, să alimenteze *chatbots*, să traducă poeme, să scrie articole într-un stil anume și chiar „să scrie eseuri filozofice de nivelul unui student din ciclul de licență”; Google, YouTube și Netflix îl utilizează deja pentru a formata modalitățile de comunicare a rezultatelor unei căutări.

The Guardian a publicat pe site-ul său, în septembrie 2020, un editorial în întregime scris de GPT-3, intitulat „Un robot a scris acest articol. Începeți să vă speriați, oameni buni?”. În fine, un inginer a dialogat pe Reddit, fără să știe, cu un interlocutor, numit „thegentlemetre”, de fapt un automat, care răspundea prin GPT-3 la întrebările sale în mai puțin de un minut, cu texte de șase paragrafe, necopiate de pe Google, și cu fraze la fel de sofisticate precum: „Scopul acestui exercițiu este să evitați să vă gîndiți că vă petreceți viața muncind pentru bani”.

Ulterior, GPT-3 sau alte programe și mai performante vor propune autorilor metafore conforme cu stilul lor. Vor putea să pregătească articole de ziar sau discursuri pentru politicieni, să scrie romane sau eseuri științifice. Vor putea, de

pildă, să permită scrierea, în stilul lui Zola, a unui nou „Acuz” despre un nou scandal. Și multe alte lucruri.

Conținutul acestor texte va fi mult timp determinat de cei care vor folosi aceste automate. De cei care vor concepe și alimenta acești algoritmi. Într-un fel, meseria de ziarist va consta în a mînuși și a elabora acești algoritmi. Apoi ziariștii nu o vor mai stăpîni și media autonome creatoare de algoritmi, antrenate de inteligențe artificiale, se vor dezlănțui împotriva cuiva sau în favoarea altcuiva ori a unei ideologii anume.

În foarte scurt timp se vor putea acorda un drept de autor și o remunerație automatului care va fi scris un articol sau o carte, cum se întîmplă deja în cazul unor opere muzicale. Independent de orice remunerație a creatorului automatului. Ulterior, vor exista, poate, ziariști virtuali, cu legitimație de presă, ziare virtuale, redacții virtuale. Într-o bună zi, poate chiar vor scăpa de sub controlul celor care le-au creat...

Într-o bună zi, la fel se va întîmpla în cazul sunetului: roboții vor înlocui vocile omenești. Nu doar ca în prezent, pentru a răspunde în numele lui Siri, ci și pentru a scrie și rosti texte.

BBC experimentează deja utilizarea unei voci de sinteză pentru serviciul său video japonez; Google Home și Amazon Echo pun la dispoziția utilizatorilor lor lectura unor articole de ziar făcută de voci de sinteză și o succesiune de știri; *Financial Times* propune la rîndul său articole citite de voci de sinteză. *Les Échos* procedează la fel. Unele staruri vor vinde – vînd deja – propriul timbru, intonația și accentul lor. Auditorul va putea să aleagă vocile pe care dorește să le audă; fiecare va asculta propria stație de radio, tot așa cum va putea să creeze una pentru propriile grupuri de pe rețelele de socializare.

Odată cu aceste evoluții, presa scrisă va aluneca treptat spre radio, proces deja început prin podcasturi. Cele două se vor contopi chiar și vor fi utilizate în mod nediferențiat, de vreme ce va fi posibilă transformarea oricărei emisiuni de radio în articol de ziar și invers.

Într-o bună zi se va proceda la fel în cazul imaginilor.

Începînd din 1990, fotografiile pot fi modificate cu programul Photoshop de la Adobe, fără ca cititorii revistelor de modă să se formalizeze. Lucrurile merg deja mult mai departe: în China, canalul de televiziune Xinhua News utilizează deja moderatorii holografici, copii ale unor prezentatori reali, pentru a prezenta informații 24 de ore din 24. Programe informatice open source, precum DeepFaceLab și Faceswap, permit, plecînd de la una sau mai multe fotografii de înaltă definiție, să fie produs un video al unei persoane; este deja cunoscută modalitatea de a produce montaje realiste, care fac astfel încît cineva să spună contrariul a ceea ce crede. Fiecare va putea să aleagă ziariștii virtuali pe care dorește să-i vadă prezentînd informațiile. Vor fi dezvoltați – sînt deja dezvoltați – influențatori virtuali inspirați din eroii jocurilor video, precum Seraphine din League of Legends, care are deja milioane de *followers* și care este utilizată în publicitate.

Și, cum pandemia duce la virtualizarea spectacolului viu, se va produce o accelerare a virtualizării culturii: într-o bună zi, va fi posibil ca Luchino Visconti să fie pus să realizeze un reportaj despre o petrecere la modă în Shanghai, iar Luis Buñuel să povestească abjecțiile lui QAnon. Ziarele, radiourile, televiziunile și rețelele de socializare vor fuziona într-un singur canal media, de vreme ce va fi posibil ca o scriere să fie

transformată într-o bandă audio și într-un spectacol vizual și invers.

Cîndva va fi posibilă și transmiterea mirosurilor și a pipăitului sub formă de date; atunci se va crea pe ecrane și în jurul lor o percepție tot mai completă a evenimentului transmis. Va fi posibil, cu și mai mult succes decît în prezent, prin algoritmi tot mai puternici, să fie cunoscute cu mai mare precizie gusturile fiecăruia pentru a-l fereca și mai bine într-o bulă de certitudini.

Apoi, undeva, puterea va fi preluată de un personaj charismatic virtual în numele unei secte, utilizînd tehnicile de manipulare a mulțimilor sumar verificate pe rețelele de socializare. Big Brother va fi prezent.

Toate acestea vor implica existența unor mijloace tehnologice în prezent inabordabile și a unor surse de energie în prezent inaccesibile. Însă toate se vor adevăra. Și multe altele.

Dincolo de informare, a trăi viața celorlalți

Printr-o treptată alunecare, inițial imperceptibilă, o seamă de tehnologii vor îngădui transmiterea unor spectacole tot mai realiste. În loc să se mulțumească să relateze evenimente sau să transmită informații, sunete ori imagini, la un moment dat, fiecare va putea să pătrundă în interiorul evenimentelor, spectacolelor, meciurilor.

Evoluția aceasta se va face printr-o succesiune de mutații imperceptibile, care, cumulate, vor duce la o fuziune a

realului cu virtualul. Și în acest caz, virtualizarea culturii și a spectacolului pe viu impusă de pandemia actuală și de cele viitoare funcționează ca un accelerator.

Mai întâi vor fi transmise imagini cu realitate augmentată, apoi cu realitate virtuală, apoi cu holograme.

Toate acestea au început deja, cum s-a întâmplat dintotdeauna, prin divertisment și jocuri. Și tot pe această cale tehnologiile acestea vor deveni – devin deja – realitate. Sînt deja organizate ședințe în realitate virtuală, a căror utilizare a fost masiv accelerată de pandemie. Se pot juca deja jocuri 3D, cu războaie virtuale, cu meciuri de fotbal, în calitate de jucător sau spectator. Nu sîntem prea departe de momentul în care jocurile vor implica evenimente reale.

Mai întâi vom pătrunde în holograma unui eveniment. Societatea londoneză Kino-Mo a dezvoltat deja o tehnică pentru a transmite în 3D o fotografie făcută cu telefonul. Aerial Burton, companie instalată la Kawasaki, în Japonia, a pus la punct True 3D Display, care difuzează holograme fără suport, cu ajutorul unor lasere cu plasmă. De asemenea, cu ajutorul unor căști, se pot vedea videouri în realitate virtuală, care îți permit să pătrunzi în viața a trei tineri refugiați, în Siria, Ucraina și Sudanul de Sud. La fel și în cazul unui documentar de 10 minute al PBS Frontline și al Brown Institute for Media Innovation, intitulat *On the Brink of Famine*, despre un sat din Sudanul de Sud confruntat cu foametea.

Ulterior, acest *immersive journalism* va permite unor corespondenți de război sau unor reporteri sportivi să trimită abonaților rețelei lor holograme ale situației în care se află ei.

Ne putem imagina mijloacele pe care aceste tehnologii le vor pune la dispoziția ideologilor, a partidelor politice, sectelor, teroriștilor, care difuzează deja în direct crime și acte de tortură pe rețelele de socializare.

Mult mai târziu, holograma spectatorului va pătrunde împreună cu ziaristul (sau oricum s-ar numi cel care va asista la evenimentul real și îi va retransmite realitatea prin intermediul camerei sale) în reprezentarea holografică a unui eveniment sau a unui spectacol; ea se va comporta ca un spectator fizic și va interfera cu hologramele care trăiesc realitatea în care va pătrunde. O persoană va putea astfel să se infiltreze în mijlocul unui război, ca unul dintre combatanți, pe care nu-l vor vedea sau îl vor vedea combatanții adevărați, pe care-l vor putea sau nu-l vor putea ucide, în funcție de mijloacele tehnice utilizate. Se va putea vedea o crimă sau chiar participa la ea. Cele mai înspăimântătoare filme de groază din prezent vor părea niște bagatele comparativ cu ceea ce va permite virtualul.

Apoi, și mai târziu, se va putea căpăta acces și la mirosurile, savorile și palpabilitatea evenimentului vizitat; personajele a căror reprezentare virtuală va fi văzută în relief vor putea fi atinse. Adierea vântului, mirosurile câmpenești, gustul fructelor vor putea fi simțite.

Fiecare va putea atunci să-și cumpere visurile, delirurile, fantasmemele, pulsunile; va putea să se însceneze, să se dea în spectacol, să se ofere, să se vîndă; să simuleze situații înainte de a le trăi sau în loc de a le trăi ori a le impune altora; să trăiască milioane de vieți. Sau de perversiuni.

Deocamdată sîntem foarte departe de toate acestea; cele mai puternice calculatoare sînt încă extrem de departe de

eficiența creierului uman, capabil să învețe infinit mai rapid, mai eficient și, mai ales, să interacționeze cu alte creiere într-o manieră inimaginabil de imitat de vreun limbaj informatic.

Dacă această etapă va fi străbătută, va urma ultima evoluție din universul comunicării: transmiterea gândirii.

Și mai departe, transmisia de la un creier la altul

Cum toate noile canale media încep prin a transmite un mesaj de la o persoană la alta, tot astfel se vor petrece lucrurile și în cazul transmiterii gândirii, când va fi posibil ca gândurile să fie digitalizate și transmise fără nici un suport material către un alt creier. De la un creier la altul. Din punct de vedere teoretic nu este imposibil. În teorie, va fi chiar posibil să fie transmise pe această cale infinit mai multe informații decât prin intermediul canalelor media actuale.

Se fac, de secole, experiențe în acest sens. De către escroci. De către oameni serioși. Mai ales de către armata americană și de către universități americane, ruse și chineze.

În 2014, cercetători de la Harvard Medical School și de la Universitatea din Barcelona au realizat, datorită unei tehnologii puse la punct de societatea franceză Axilum Robotics, o primă experiență de comunicare telepatică între două ființe umane, utilizând electroencefalografia (EEG) și stimularea magnetică transcraniană (rTMS). În 2018, cercetători de la MIT au creat o interfață creier-mașină

capabilă, în teorie, să înțeleagă cuvintele pe care o persoană este pe cale de a le pronunța, prin studierea semnalelor electrice trimise de creier spre mușchii care comandă vorbirea. Elon Musk finanțează, din 2017, dezvoltarea unui dispozitiv integrat în creier și care ar avea drept misiune să „optimizeze producția mentală”.

Mai întâi vor fi transmise mesaje ale unei persoane către o altă persoană, prin intermediul unor artefacte conectate. De exemplu, va fi astfel posibil să i se transmită cuiva, în tăcere, gânduri despre o terță persoană, care tocmai a intervenit într-o conversație; va fi astfel posibil să se intre în pielea unui Cyrano care-l ajută pe Christian să o seducă pe Roxane; va fi posibilă influențarea gândurilor cuiva, fără ca acesta să-și dea seama că cineva a pătruns în mintea sa; va fi posibil, poate, și să se pătrundă în creierul cuiva, nu pentru a-i transmite informații, ci pentru a afla ce gândește ascultând mesajele pe care gândirea sa le emite la adresa ei înseși, fără să le exprime. Și în acest caz, ca și în altele, informarea, divertismentul, jocul și activitățile militare se vor reuni în aplicații comune.

Apoi, ca și în cazul celorlalte modalități de a trimite mesaje, se va utiliza transmiterea gândirii nu doar pentru a transmite majoritar mesaje personale, ci și pentru a comunica informații, pe care le-am numi astăzi subliminale. Va fi utilizată în special ca instrument de propagandă comercială, ideologică, religioasă, politică. În mod inevitabil, armatele, serviciile secrete, mișcările religioase, comerciale, publicitare sau politice, teroriștii o vor utiliza pentru a supraveghea, a răsplăti, a înfricoșa și a pedepsi. Va putea fi utilizată și în sănătate sau învățământ.

În ultimă instanță, poate că într-o bună zi transmiterea gândirii va permite să se transfere într-un alt creier, într-o hologramă, în orice alt fel de artefact sau într-o clonă amintiri, sentimente și chiar propria conștiință de sine. Oamenii, cel puțin cei mai bogați dintre ei, vor fi atunci potențial nemuritori, de vreme ce conștiința lor de sine va putea să supraviețuiască morții trupești.

Se va fi reușit atunci transmiterea artificială a celei mai valoroase informații: viața. Artificializarea progresivă a viului, principală dinamică a Istoriei, își va fi atins scopul ultim: crearea nemuritorului artefact al sinelui, înzestrat cu conștiință de sine. Nemuritor pentru că e artefact. Artefact pentru că e nemuritor.

Adevărata putere

Până la realizarea acestei fantasme absolute, cei puternici vor continua să-i distreze pe ceilalți, făcându-i uneori să creadă că îi informează. Informațiile cele mai valoroase, politice, economice, tehnologice, sanitare, biologice, vor continua să circule în cercuri foarte restrânse, cele ale puterii politice sau ale investitorilor, afaceriștilor, cercetătorilor, universitarilor, întreprinzătorilor, care vor cunoaște mai bine și înaintea celorlalți starea științei, tehnologiei, piețelor și vor ști ce persoane să întâlnească. Vor schimba mai ales informațiile care vor permite stăpânirea acestor tehnologii.

În acest univers, GAFA, BATX și cei care le vor înlocui vor deveni foarte rapid proprietarii marilor firme de asigurări, de

sănătate, educație și divertisment. Pentru că vor înțelege mai bine decât statele că viitorul aparține întreprinderilor economiei vieții, vor controla cea mai mare parte a acestora. Vor dispune atunci de mijloace de care statele nu vor mai dispune pentru a informa, forma, supraveghea și pedepsi; și îi vor instala la putere pe bărbații și femeile din politică aleși de ei, despre care vor ști tot și ale căror cariere le vor face și desface pentru a-și atinge obiectivele și a realiza acel artefact al conștiinței de sine ce constituie scopul lor ultim.

Vor fi confrunțați cu dușmani ce vor dispune tot mai mult de aceleași mijloace, de aceleași arme și chiar de artefacte de luptă înzestrate cu conștiință de sine.

O catastrofă absolută nu va mai putea fi evitată decât prin înscrierea, încă de astăzi, pe o cu totul altă cale.

- [1.](#) Legea lui Gordon Earle Moore, formulată în 1965, afirmă că numărul de tranzistori care pot fi plasați într-un circuit integrat se dublează la aproximativ fiecare doi ani (n. tr.).
- [2.](#) Conform legii lui Robert Metcalfe, cu cât o tehnologie digitală (Internetul, o rețea de socializare) este adoptată de mai mulți utilizatori, cu atât mai rapid cresc valoarea și utilitatea ei și, în consecință, atracția exercitată asupra unor noi utilizatori. Ca și legea lui Moore, legea lui Metcalfe nu este considerată a fi de o rigoare științifică impecabilă, ci mai curînd empirică (n. tr.).

Capitolul 13

Ce este de făcut?

„Dixi et salvavi animam meam.” („Am spus și mi-am salvat sufletul.”) Cu această frază misterioasă, scrisă în limba latină, pe care o stăpînea atît de bine, Karl Marx încheia *Critica Programului de la Gotha*¹, text furibund trimis în 1875 principalilor lideri socialiști germani, Liebknecht și Lassalle, care încercau în acea perioadă să realizeze fuziunea celor două partide conduse de ei, cu ocazia unui congres ținut în orașul Gotha din Turingia. Marx, care nu era marxist, era scos din fire citind, în proiectul programului lor comun, ceea ce el considera a fi niște enorme erori conceptuale și tactice; el anticipa modul nefast în care unii ucenici dictatori aveau să-i utilizeze ideile; și nu doar în Germania pe atunci abia unificată. Așa că le-a trimis o critică în toată regula a textului lor. Fără a-și face vreo iluzie cu privire la soarta pe care congresiștii aveau să o rezerve criticilor și propunerilor sale. De fapt, nu a fost ascultat nici în 1875 la Gotha, nici în 1917 la Moscova. Nici altundeva apoi.

Cam în aceeași stare de spirit abordez eu concluzia acestei cărți. Convinș că nu se va face probabil nimic din ceea ce, fără îndoială împreună cu alții, voi propune aici.

În primul rînd, sînt convins că s-ar putea face astfel încît, în scurt timp, fiecare ființă umană să dispună de informații la o scară din ce în ce mai apropiată de cea planetară, din ce în ce mai complete, din ce în ce mai exacte și că orice dictator ar putea fi împiedicat să interzică accesul cetățenilor la informațiile care-l deranjează. Sînt convins de extraordinarul potențial democratic al noilor tehnologii, de faptul că ele pot să ducă la apariția unei societăți altruiste, unde fiecare ar putea avea acces la cele o mie și una de vieți pe care ni le permite închisoarea timpului.

Multe elemente ne-ar putea împinge spre un astfel de optimism: astăzi, fiecare om ar putea fi foarte bine educat și excelent informat, cu costuri mici. Mulți ar putea deveni ziariști: crearea unei elegante publicații online, a unui podcast profesionist, a unui video de bună calitate nu costă practic nimic. Candidații la cariera de ziarist, proveniți din cele mai diverse medii, sînt deja mai educați, mai maturi, mai hotărîți, originile lor sînt tot mai diverse, iar ei sînt mai deschiși în fața lumii, nici acriți, nici complotiști. Pentru ei este foarte ușor acum să găsească referințe, să verifice rapid orice informație. Progresele traducerii automate și diversii asistenți tehnologici despre care am vorbit în capitolul precedent le permit să scrie articole mai sofisticate și să le publice în întreaga lume, sub formă de texte, videouri, podcasturi sau sub orice altă formă.

Dar, invers, cum am văzut tot în capitolul precedent, aceste evoluții *a priori* pozitive pot avea consecințe catastrofale.

Să poți afla totul mai rapid înseamnă să te expui riscului de a pierde simțul perspectivei și distanțarea; să dispui de informații tot mai complete, tot mai transparente înseamnă să deschizi calea spre voaiorismul cel mai puțin suportabil, să

faci posibilă supravegherea absolută a tuturor și să interzici protecția datelor personale, a brevetelor, inovațiilor, operelor de artă. Să faci ca informațiile să devină accesibile imediat și peste tot înseamnă să-i expui pe toți, în special pe copii, la cele mai teribile mesaje, cele mai groaznice spectacole, cele mai abominabile calomnii; și mai înseamnă să faci posibilă manipularea tuturor prin intermediul fascinației vertiginoase a unui virtual din ce în ce mai realist și al recompensei derizorii pe care o oferă aprobarea programată a altor victime ale aceluiași sistem.

În realitate, cel mai probabil este că lucrurile cele mai bune nu vor veni pe cale naturală, că forțele pieței vor aduce tot ce este mai rău: pentru a supraviețui, rețelele de socializare vor avea o nevoie vitală să priveze toate celelalte canale media de orice venit și le vor distruge; incapabile să controleze relațiile cu clienții lor, ziarele, radioul, televiziunea vor dispărea rînd pe rînd. Ziariștii competenți și bine formați vor avea puține șanse să găsească un canal media serios și durabil care să îi angajeze. Fascinați de rețelele de socializare, de aplicații, de jocurile video, de hologramele din ce în ce mai adictive, tinerii de astăzi vor deveni niște adulți prost informați, preferînd divertismentul, și nu cunoașterea, spectacolul, și nu adevărul, convingerile, și nu rațiunea, călătoriile halucinate în lumi virtuale, și nu confruntarea cu realul, juisarea narcisică a autosupravegherii, și nu descoperirea entuziastă a altruismului. Și va fi și mai rău în cazul tehnologiilor ce se anunță; ce este important și ce este anecdotic, ce este adevărat și ce este fals se vor amesteca mai mult ca oricînd. Ideologiile cele mai dăunătoare vor domina.

Dacă vrem să evităm toate acestea, va trebui să reorientăm radical și la nivel mondial cursul lucrurilor, să învingem multe forțe; și, fără să acceptăm înfrângerea, să încercăm și să reușim multe reforme, pe patru niveluri: cetățeanul, ziaristul, mass-media, autoritățile naționale și internaționale.

Să învățăm cum să ne informăm

Încă din copilărie, copilul se informează și, în același timp, învață.

Asimilează, la școală, cunoștințe permanente, pe care le va folosi întreaga viață, trebuind să le actualizeze cât mai des cu putință: limbi, culturi, literaturi, matematică, muzică, fizică, istorie, geografie, bazele dreptului și îndatoririle cetățeanului.

Pe de altă parte, se informează despre evenimentele din lume prin intermediul părinților, prietenilor, profesorilor, ziarelor, radioului, televiziunii, rețelelor de socializare.

Foarte de timpuriu, copilul trebuie să confrunte cunoștințele cu informațiile. Teoretic, informațiile nu ar trebui să contrazică niciodată cunoștințele; doar să le completeze.

O ființă umană învață pe o perioadă mai mult sau mai puțin lungă din viața sa; el se informează de-a lungul întregii vieți.

Totuși, multe dintre informațiile pe care le primește sînt false și el nu învață aproape niciodată cum să deosebească ce este adevărat de ce este fals.

Adevărul: „o convență critică”

A deosebi ce este adevărat de ce este fals nu e chiar atît de simplu.

Pentru mulți oameni, este adevărat ceea ce vor ei să creadă; iar unii vor să creadă că Pămîntul este plat, că omul nu este rezultatul unei evoluții a speciilor, că Universul a fost creat în urmă cu doar cîteva mii de ani. În acest caz, ei amalgamează faptele, opiniile și credințele.

Adevărul îmbracă mai multe forme. Uneori, el se impune pentru că-l vedem; alteori, dimpotrivă (și chiar din ce în ce mai des), el rezultă din teorii neintuitive, pe care puțini știu cum să le demonstreze. Adevărat este ceea ce poate fi dovedit, prin fapte, teorii, statistici sau experiențe care stabilesc, în anumite circumstanțe clar delimitate, validitatea unui raționament.

Adevărul se deosebește de coincidență (două fenomene care au un punct în comun sau care se desfășoară simultan nu au în chip necesar cauze comune) și de corelație (dacă două fenomene evoluează în același sens nu înseamnă neapărat că unul este consecința celuilalt). Coincidențele și corelațiile nu exprimă așadar adevărul; ele nu fac decît să provoace izbucnirea unor intuiții ce permit găsirea unui adevăr sau furnizează argumente înșelătoare în sprijinul unor teorii false.

Adevărul, în realitatea socială, se supune aceluiași criterii ca în știința cea mai abstractă. Adevărul este același oricare ar fi clasa socială de unde provine cel care îl exprimă. Adevărul nu este rezultatul unor raporturi de forță. Chiar dacă adevărul este de foarte multe ori mai accesibil celor bogați, care au mai

ușor acces la cunoaștere și la informații. Chiar dacă unii pot, prin forța armelor, a banului sau a credinței, să facă credibilă o minciună, chiar dacă alții au acumulat averi prin folosirea privilegiată a adevărului, de aici nu decurge totuși că adevărul este condamnabil; doar utilizarea lui poate fi dreaptă sau nedreaptă.

Adevărul, în orice domeniu, evoluează odată cu cercetarea, care stabilește dovezile validității unei teorii, ce trebuie considerată adevărată atît timp cît nici un fenomen sau nici o experiență nu vine să o contrazică. Adevărul nu este așadar decît rezultatul provizoriu al unui consens între cel mai mare număr posibil de experți cinstiți, independenți față de orice putere și dispunînd de competențe cît mai larg recunoscute. Este ceea ce sintetiza Karl Popper atunci cînd vorbea despre o necesară „conivență critică” a celor ce încearcă să stabilească un adevăr. Ceea ce presupune din partea lor modestie, capacitate de a se îndoii și de a gîndi autocritic.

Astăzi, rețelele de socializare, prin multiplicarea punctelor de vedere celor mai contradictorii, ascultate în mod egal indiferent de competențele autorilor lor, nu contribuie la manifestarea adevărului, chiar și a celui mai științific. De pildă, recente dezbateri de pe diverse canale media privind actuala pandemie au subminat masiv, în cazul multora, încrederea în știință, redusă dintr-odată, prin disputele unor experți adesea autoprocamați, la statutul de opinie printre alte opinii.

Adevărul este compatibil cu credința; cu condiția să admitem că diversele forme ale Revelației trebuie neconținut reinterpretate în lumina celor mai recente rezultate obținute de știință. Și să ne amintim de ceea ce spunea în această

privință, în secolul al XII-lea, marele filozof cordoban și musulman Ibn Rushd²: „Examinarea demonstrativă nu atrage după sine nici o contradicție cu cele spuse de religie: pentru că adevărul nu poate fi contrar adevărului, ci se pune de acord cu el și depune mărturie în favoarea lui”. Cu alte cuvinte, cele două fiind de naturi diferite, credința trebuie să primească cu seninătate descoperirile științei, care nu fac altceva decât să deplaseze teritoriul misterului divin, fără să-l anuleze vreodată.

Predarea artei informării

După ce am învățat să deosebim ce este adevărat de ce este fals, după ce ne-am dezvoltat spiritul critic, trebuie să învățăm cum și unde să găsim cele mai bune informații; să învățăm să distingem clar un fapt, o opinie și o credință; ce este spiritul critic, îndoiala sistematică, căutarea obsesivă a dovezilor; și ce se ascunde în spatele oricărei afirmații nefundamentate.

Ceea ce implică mai ales să învățăm să gândim împotriva noastră înșine și împotriva a ceea ce învățăm în cercul familial; să ne întrebăm fără încetare ce ar gândi cineva care ar avea interesul să gândească altfel; să multiplicăm sursele; să le privilegiem pe acelea care sînt cel mai puțin dependente de o agendă politică, ideologică sau religioasă; să ne îndoim de tot și de toate, fără să vedem totuși un complot în spatele fiecărui adevăr stînjenitor.

Ar trebui, pentru a reuși toate acestea, ca în toate școlile din lume să li se arate elevilor (cum și fac deja mulți profesori curajoși) cum să se analizeze actualitatea, pentru a face

distincția între ceea ce este accesoriu și ceea ce este important și esențial; pe cât posibil, fără ca profesorul să strecoare în cursurile sale propriile crezuri, propriile puncte de vedere ideologice.

Dacă toate acestea ar fi corect predate, un canal media ar putea să supraviețuiască mai greu prin minciună sau mizînd pe scandal. Iar democrația ar avea, poate, un viitor.

Să ne înzestrăm cu mijloacele necesare pentru a detecta știrile false, insultele și amenințările

Dar ar mai trebui și ca fiecare să dispună de mijloacele necesare pentru a detecta o știre falsă, o amenințare, o teorie complotistă. Ceea ce nu este totdeauna posibil. Nu doar din lipsă de educație sau de cunoștințe, ci și pentru că minciunile și știrile false sînt tot mai bine camuflate.

În prezent este, desigur, posibil, cu un efort mai mic sau mai mare de cercetare, să se repereze un plagiat, un citat fals, o fotografie utilizată în afara contextului sau trucată. În schimb, este mult mai greu să fie reperată o știre falsă, o eroare științifică, să fie depistat un fals complot, să fie dezvăluite dovezi false, să fie demascați martori falși.

În plus, numărul știrilor ce trebuie verificate este actualmente practic infinit: la începutul anului 2021, în fiecare zi, două treimi din cei 2,5 miliarde de membri activi pe Facebook transmiteau sau „dădeau like”, în 101 limbi diferite, unui număr de aproape 100 de miliarde de informații. Și aceleiași număr de informații pe YouTube, Instagram, Twitter

și echivalentele lor chineze și nu numai. În fiecare zi, fiecare dintre noi este confruntat cu mai multe mii de informații, adevărate sau false.

Pentru a lupta împotriva știrilor false, unele state încearcă să-și întărească arsenalul legislativ. În multe țări, legislația împotriva propagării de știri false se înăsprește zilnic. În Franța, de pildă, organul de tutelă și de control al canalelor media, CSA³, a obținut, în 2018, dreptul de a suspenda canale media străine dacă se dovedește că ele răspîndesc informații false. Alte state procedează la fel, dar nu pentru a lupta împotriva informațiilor false, ci pentru a le ascunde propriilor cetățeni adevăruri supărătoare.

Unele agenții de presă au creat servicii de control al informațiilor. Însă cantitățile de informații pe care le pot verifica sînt foarte mici comparativ cu calomniile care circulă: de exemplu, AFP FactCheck, unul dintre cei mai importanți și mai buni verificatori din lume, nu validează decît 500 de informații lunar; și folosește pentru această activitate 91 de persoane repartizate în 38 de birouri din întreaga lume.

Și unele rețele de socializare, constrînse și forțate, au început să lupte, cu timiditate, împotriva știrilor false pe care le vehiculează. În 2018, Google a lansat prototipul unui nou motor de căutare, denumit Dataset Search, care să afișeze, alături de unele articole, o certificare sau o contraindicație pornind de la o bază de date alimentată de verificatori independenți; dar acest motor de căutare a rămas totuși la stadiul de prototip. În 2020, Facebook pretindea că ar fi închis mai multe milioane de conturi false și de conturi care colportau mesaje de ură și că i-ar fi încurajat pe utilizatorii săi să semnaleze „fake news”; de asemenea, pretindea că

utilizează 35 000 de persoane în acest scop; invers, la începutul anului 2020, președintele său, Mark Zuckerberg, a reafirmat că partidele sau grupurile de presiune pot publica pe Facebook minciuni fără a fi urmărite, în virtutea primului amendament al Constituției americane, care ar împiedica „Facebook să devină arbitrul adevărului”. Dimpotrivă, în noiembrie și decembrie 2020, Twitter, precum și alte rețele și unele canale media americane au mers pînă la a cenzura mesajele președintelui Trump, care pretindea, fără nici o dovadă, că alegerile din noiembrie 2020 fuseseră trucate. Alte platforme video au retras, în afară de conținuturi pedofile, și unele filme complotiste, precum *Hold-Up*, acel maldăr de banalități și minciuni, apărut în noiembrie 2020, care a fost totuși văzut de peste 3 milioane de ori într-o lună.

Am putea visa să se facă mult mai mult pentru a lupta împotriva minciunilor, teoriilor conspiraționiste, amenințărilor și altor mesaje de ură.

Statele Unite ar putea mai întîi să modifice secțiunea 230⁴ din Communication Decency Act, pentru ca rețelele de socializare americane să fie considerate ca editori, și nu ca gazde, și să aibă astfel responsabilitatea conținutului pe care-l răspîndesc.

Apoi, la un nivel mai general, toate țările ar putea decide că interdicțiile din afara digitalului sînt valabile și pe rețelele de socializare, iar amenzi foarte mari să fie aplicate pentru orice mesaj digital care incită la ură sau amenință nominal o persoană sau un grup, chiar și anonim. Ceea ce este, desigur, mai ușor de hotărît decît de pus în practică: sînt necesare mijloace considerabile, atît polițienești, cît și juridice, pentru a găsi originea acestor amenințări și a-i aresta pe autorii lor. În

orice caz, o aplicație digitală ar putea, de asemenea, să repereze destul de ușor mesajele de ură de pe rețelele de socializare și să le transfere automat către autoritățile judiciare.

Platformele digitale ar putea recurge la mult mai mulți ingineri și verificali, interni și externi, care să verifice informațiile pe care le găzduiesc ele; în acest sens, ele ar putea solicita și remunera universitari și studenți din lumea întreagă. Iar dacă ar refuza să finanțeze un astfel de proces, ar putea fi constrânse să accepte, recurgându-se la verificali publici, remunerați prin intermediul unei taxe de câțiva cenți sau eurocenți pe unitatea de informație transferată, după modelul celei puse pe biletele de avion.

Ne-am mai putea imagina și dezvoltarea unei aplicații radical noi care, după modelul motoarelor de căutare, ar permite, dacă nu constatarea imediată a veridicității sau non-veridicității unei informații, cel puțin stabilirea unei scări de validitate, care să așeze la cel mai înalt nivel publicațiile științifice ce au făcut obiectul unei evaluări științifice, iar la cel mai de jos, o coniectură lipsită de consens internațional (ținând cont și că ar putea fi vorba despre un adevăr științific nou și incomod). Mai multe echipe lucrează în această direcție. De exemplu, un proiect lansat în 2017 la Universitatea Stanford de ziaristul francez Frédéric Filloux și care continuă în Franța sub numele Deepnews constituie o primă tentativă în acest sens; el utilizează inteligența artificială pentru a încerca să evalueze calitatea ziaristică a unui articol, pe baza numărului de adjective, societăți, țări, experți citați, și verifică expertiza acestora; în particular, depistează formulele vagi și înșelătoare, precum „după unele

documente” sau „după surse anonime”. Algoritmul său, care se sprijină pe o rețea de neuroni utilizată îndeobște pentru recunoașterea imaginilor, examinează un articol în mai puțin de o zecime de secundă trecându-l printr-o sită cu 25 de milioane de ochiuri. El se află încă în stadiul de prototip. Alte experimente de același tip se desfășoară peste tot în lume.

O astfel de aplicație ar trebui să fie de asemenea capabilă să descopere dacă un text, un sunet, o imagine au fost elaborate de o ființă umană sau de un artefact. Într-o bună zi, va trebui chiar să fie în stare să detecteze dacă cel cu care ne întâlnim în holograma unui eveniment este o ființă reală sau imaginară.

Ea ar putea de asemenea să verifice dacă cineva minte cu privire la diplomele sale și activitățile sale profesionale prezente sau trecute, precum și multe alte lucruri foarte utile.

Pînă cînd toate acestea se vor înfăptui, dacă se vor înfăptui cîndva, procesele democratice vor fi probabil perturbate de generații de cetățeni prost informați, alimentați de necumpătare, indignare, resentiment și minciună, toate valorificate de către și pentru rețelele de socializare.

Aici își găsesc ziaristii adevărata lor menire.

Revalorizarea ziaristicii

Fiecare se află din ce în ce mai mult în postura de a furniza celorlalți, prin intermediul rețelelor de socializare, informații mai mult sau mai puțin adevărate. Și am putea prezice, cum am văzut, că însăși meseria de ziarist va dispărea, fiecare fiind

concomitent informat și informator. Totuși: toate acestea nu sînt ireversibile și este posibil ca existența unei profesii atît de importante să fie protejată. În acest sens, trebuie să începem prin a recunoaște că a informa este o meserie care presupune competențe foarte specifice, chiar dacă este posibil ca ea să nu fie exercitată toată viață și nici cu normă întreagă.

Formarea ziaristilor

O bună formare a ziaristilor constituie cea mai bună garanție a calității viitoarelor informații. Va trebui, în primul rînd, să se acorde cît mai multe burse și o cît mai mare susținere pentru a diversifica originea socială și genul studenților din școlile de ziaristică și din specializările universităților și ale institutelor. Va trebui, de asemenea, să se procedeze în așa fel încît meseria aceasta să poată fi exercitată de persoane care au avut anterior sau au simultan și alte parcursuri profesionale.

În orice caz, trebuie să li se predea tuturor studenților-ziaristi ceea ce li se predă deja în unele dintre cele mai valoroase instituții din zilele noastre.

Va trebui în special să li se explice în detaliu următoarele zece principii:

1. Să deosebească ce este adevărat de ce este fals; să facă distincția dintre informație, opinie, credință. Să se rezume la fapte; să nu prezinte o opinie drept un fapt; nici să-și strecoare propria opinie într-un articol, asociind-o cu citarea, mai mult sau mai puțin imaginară, a unui martor

mai mult sau mai puțin anonim. Ziarist obiectiv nu există; există doar ziariști cinstiți.

2. Să dea totdeauna sursele afirmațiilor făcute. Dacă este posibil, să ia contact nemijlocit cu evenimentele despre care relatează. Să nu se mulțumească niciodată cu o sursă anonimă, în afară de cazul în care trebuie protejată securitatea unui martor a cărui credibilitate a fost verificată. Să-și amintească întrebările de bază pe care trebuie să și le pună înainte de orice publicare: Cine? Când? Unde? Cum? De ce?
3. Să nu cedeze niciodată la o tentativă de corupere sau de lingușire. Să nu accepte niciodată o favoare plătită cu tăcerea. Să nu treacă niciodată sub tăcere cele aflate, dacă merită să fie publicate.
4. Să nu păstreze informații doar pentru unii; să nu cedeze nici în fața comunitarismului, nici a sectarismului, nici a corectitudinii politice.
5. Să așeze totdeauna evenimentele de actualitate în contextul lor social, ideologic, cultural și istoric.
6. Să nu se mulțumească niciodată, pentru a atrage atenția, cu un conținut cu o mare încărcătură emoțională. Să nu cedeze voaiorismului sau tentației de a exploata mizeria materială sau morală a cuiva.
7. Să nu se limiteze la știrile rele și la drame; să pună în valoare și succesele democrației, actele de curaj, descoperirile științifice, reformele economice sau sociale pozitive.
8. Să înceapă să publice de foarte timpuriu (iar suporturile de publicare nu lipsesc și, cum vom vedea, nici nu vor lipsi) despre un subiect de interes personal. Să învețe cocrearea

conținuturilor informative împreună cu cetățenii și ziaristica orientată către soluții și de impact.

9. Să învețe să lucreze cu designeri, dezvoltatori, specialiști în analiza semantică; să învețe să stăpânească tehnologiile digitale, de la Excel, G-Suite, WordPress, Airtable, Notion și până la Substack, Mailchimp, TinyLetter, precum și pe cele care vor apărea ulterior. La un nivel mai general, să stăpânească utilizarea și scrierea algoritmilor.
10. Să se pregătească pentru a-și crea propriul canal media: există deja în acest sens formidabile instrumente de publicare, gratuite sau aproape gratuite, puternice, care permit realizarea unor canale media personale, rezervate unor abonați, pe care le-am putea numi, cu trimitere la primele media, acele manuscrise vândute de *novellanti* venețieni și romani din secolele al XV-lea și al XVI-lea, „*avvisi* digitale”. Voi reveni asupra lor în cele ce urmează.

Protejarea ziariștilor și a mass-mediei

Nu există încă, așa cum am văzut, nici o protecție internațională reală a ziariștilor. Activitatea UNESCO în materie de libertate de exprimare și de securitate a ziariștilor se înscrie în continuitatea articolului 19 din Declarația universală a drepturilor omului privind libertatea de exprimare și se armonizează cu mandatul constituțional al Unesco privind „promovarea liberei circulații a ideilor”. Dar, deocamdată, nu a dus la o convenție și nici măcar la o recomandare.

Ar fi aşadar urgent să se negocieze şi să se adopte o cartă aplicabilă la nivel mondial, care să-i protejeze pe ziarişti chiar şi în afara zonelor de război, să garanteze independenţa editorială în faţa puterii acţionarilor, a statelor şi a aparatelor lor represive şi să-i considere pe ziarişti răspunzători pentru verificarea surselor lor. O astfel de cartă ar trebui să se alinieze şi după o cartă a inteligenţei artificiale, pentru a împiedica să se întâmple tot ce poate fi mai rău, cum am arătat deja.

În privinţa acestor lucruri, totul rămîne de făcut; şi multe puteri, private şi politice, se opun şi se vor opune în continuare.

Asigurarea supravieţuirii ziarelor, radiourilor, televiziunilor şi apariţia unui nou canal media: *avvisi* digitale

Mass-media clasică, unificată în cadrul celor trei dimensiuni (scris, sunet, imagine), va dăinui dacă va fi capabilă să furnizeze servicii personalizate (fiecare va asculta propriul canal media, care va şti cui se adresează şi care va putea să-i propună activităţi foarte individualizate) şi conţinuturi instantanee, un spectacol viu, care să-l lege pe cel care-l urmăreşte de restul lumii.

La modul ideal, mass-media clasică şi privată (presa scrisă, radioul şi televiziunea) ar trebui să poată să nu mai depindă de marile grupuri financiare, care nu îi garantează autonomia

editorială; nici de publicitate, de care oricum nu va mai beneficia; nici de marile rețele și platforme, care au menirea de a o distruge. Nici, evident, de state, care o privesc, prin însăși natura lor, cu suspiciune.

Toate acestea se pot obține prin independența finanțării ei și lărgirea sferei sale de activitate.

O finanțare autonomă a producțiilor editoriale

Dintotdeauna, tariful serviciului furnizat de un canal media a fost enigmatică: care este valoarea unei informații? Cum trebuie stabilit prețul a ceva care, prin însăși natura sa, nu este ieșit din comun decât în mod artificial? Cum pot fi găsite mijloacele pentru a face ca orice canal media să devină viabil din punct de vedere economic: prin vânzarea sa către consumator? Prin publicitate? Prin subvențiile publice? Prin traficul de influență? Prin donațiile unor mecena? Niciodată nu a putut fi stabilit un model unic, pentru că informația nu este nici un bun public, nici un bun privat. Și pentru că rețelele de socializare au sporit această confuzie, creînd o nouă bogăție, alcătuită din datele furnizate de utilizatori, adevărate comori pentru unele mărci și pentru cei puternici.

În prezent, vânzarea cu exemplarul, abonamentul și publicitatea nu mai reprezintă venituri pe care să se poată baza cele trei media clasice, care sînt depozitate de ele de către rețelele de socializare. Vor trebui așadar să caute alte surse de finanțare durabile, precum:

- Mecena și fundații pentru care apărarea democrației și a informației libere poate deveni o cauză la fel de legitimă precum cea a ecologiei sau a justiției sociale.
- Asociații de utilizatori ai acestor canale media, care ar putea achita din proprie inițiativă o contribuție regulată unei fundații proprietare a unui canal media, ceea ce este echivalent cu a li se cere celor care-l consultă gratuit să plătească un abonament.
- Remunerații, venind de la cititori, la fiecare clic dat pe link-ul unui articol sau printr-un *tip* din proprie inițiativă, asemenea celor primite, cum am văzut, de unii ziariști chinezi pe WeChat; tot așa cum ar trebui remunerați cei care dețin drepturile de autor pentru videouri, sunete, muzică sau filme de fiecare dată când un utilizator ascultă, privește sau postează un produs ale cărui drepturi le deține o terță persoană.
- Chioșcuri care să permită utilizatorilor să se aboneze la un ansamblu de canale media, scrise, vorbite și televizate, după modelul Spotify. Sau după modelul a ceea ce Google a încercat să facă pentru scurt timp cu Googlera, înainte de a-l înlocui cu un Journalism Emergency Relief Fund, alimentat cu 300 de milioane de dolari, apoi cu 1 miliard de dolari, sume destinate ziarelor ce utilizează Google News, adică practic toate. O mană cerească pentru muribunzi.

Un nou canal media: avvisi digitale

În acest dezastru prognozat al mass-mediei actuale, a venit momentul ca fiecare ziarist să fie ajutat să-și creeze propriul

canal media. Ceea ce este în prezent într-un totu realizabil, datorită tehnologiilor existente, precum Substack (o platformă creată în 2018 de doi ziariști și un dezvoltator), și mai ales celor ce vor urma. Ne vom întoarce astfel la originea ziaristicii: acele *avvisi* scrise de mînă de *novellanti* venețieni și romani din secolul al XV-lea, vîndute cîtorva abonați.

Avvisi digitale ar reprezenta un canal media absolut nou, care ar utiliza concomitent mijloacele celorlalte patru, pentru a produce „scrisori confidențiale” rezervate unor abonați, utilizînd scrisul, sunetul, imaginea și rețeaua de socializare. Într-un final, ele vor utiliza și viitoarele tehnologii ale domeniului virtual pentru a se transforma în holograma ziaristului sau a unuia dintre avatarurile sale, care va veni la abonați pentru a-i informa într-un mod cît mai personalizat cu putință. Aceste *avvisi* digitale vor avea cu atît mai mult succes cu cît vor fi capabile să preia controlul asupra grafurilor sociale ale abonaților lor pentru a le permite să se sustragă rețelelor de socializare și să construiască comunități independente față de platforme. Flint constituie un prim demers în acest sens, pentru că dă acces la alte articole decît cele sugerate de grafurile sociale.

Ele vor fi succesoarele mesageriilor cititorilor, ale blogurilor, paginilor personale și multor altor experimente învechite. Pentru a le face cunoscute marelui public, vor apărea atunci agregatori de *avvisi* după modelul lui Huffington Post și YouTube.

Noi activități

Mass-media clasică (ziare, radio, televiziune) și cea nouă (*avvisi* digitale) ar trebui, pentru a lupta împotriva rețelelor de socializare, să dezvolte și surse alternative de venituri.

Mai întâi, să dezvolte podcasturi, care ar putea constitui, pentru cele trei canale media clasice și pentru *avvisi* digitale, surse considerabile de frecventare și de venituri. Apoi, ar putea să lanseze platforme proprii pornind de la mărcile lor, recuperînd astfel piețele pe care nu ar fi trebuit să le piardă niciodată: cele ale anunțurilor personale, care ar fi trebuit să le ajute să creeze precursori sau concurenți pentru Facebook și Tinder; cele ale anunțurilor de căsătorii, care le-ar fi putut face să se lanseze în meseria de organizator de căsătorii – și, în plus, pe rețelele de socializare specializate; cele ale anunțurilor de locuri de muncă, care ar fi trebuit să le ajute să creeze precursori sau concurenți pentru LinkedIn; cele ale anunțurilor imobiliare, care ar fi putut să le facă să creeze agenții imobiliare; cele ale anunțurilor de decese, care ar fi putut să le determine să se lanseze în gestionarea serviciilor funerare. De asemenea, cele ale jocurilor video, dat fiind că ziarele știau, încă din secolul al XIX-lea, cum să-și atragă cititorii prin intermediul rubricilor de jocuri.

La urma urmelor, dat fiind că specialitatea canalelor media este relatarea evenimentelor, de ce nu le-ar organiza chiar ele în număr mai mare? Unele procedează astfel de multă vreme, în special posturile de radio muzicale, care știu că prin aceste activități se construiește valoarea mărcii lor, ca și potențialul dezvoltării lor. Mass-media ar trebui, prin urmare, să dezvolte seminare și forumuri, virtuale sau în format fizic, cînd

condițiile sanitare o vor permite. Și în acest caz, hologramele și ceea ce va urma deschid perspective nelimitate, pe care mass-media nu ar trebui să le lase în seama altora.

Controlul și dezmembrarea platformelor și rețelelor de socializare

Aplicațiile și rețelele de socializare dețin actualmente, cum am văzut, cheia pătrunderii în mass-media, în domeniul sănătății, comerțului, mijloacelor de plată, transporturilor, divertismentului. Pentru ele este vital să continue să stăpânească grafurile sociale produse de algoritmiile lor și, cu ajutorul acestora, să deposedeze celelalte media de beneficiile publicității, să recupereze toate celelalte meserii anexe, să recruteze toate talentele și, mai ales, să cumpere toate firmele novatoare de îndată ce acestea încep să aibă succes.

GAFA și omoloagele lor chineze, BATX (Baidu, Alibaba, Tencent și Xiaomi), care utilizează aceste strategii, sînt actualmente într-o situație evidentă de abuz de poziție dominantă: ele controlează mult peste jumătate din piața publicitară mondială, iar cel mai important segment din divertisment și informare este intermediat de ele. Nici o inovație nu le scapă. Google îi plătește pe producătorii de smartphone-uri, printre care și Apple, pentru ca ei să-i favorizeze motorul de căutare; acesta captează 90% din căutările online; și, cu o trezorerie de 100 de miliarde de euro, Google dispune de toate mijloacele necesare pentru a angaja o

armată de avocați. Amazon cheltuiește în investiții cât Exxon Mobil în căutarea de hidrocarburi și modernizarea rafinăriilor sale din lumea întreagă. Și am putea spune și mai multe, cum am văzut, despre Facebook și Tencent.

În ansamblu, puterea relativă a acestor platforme este astăzi mult superioară celei pe care o aveau Standard Oil sau AT&T când au fost dezmembrate. Iar dacă lucrurile merg în continuare așa, puterea națiunilor va deveni, cum am văzut deja, din ce în ce mai fictivă. Nici o țară, democratică sau nu, nu poate așadar să lase să crească, fără a reacționa în vreun fel, asemenea puteri. Unele se vor crispa și vor încerca să scape de dictatura tehnologică prin instalarea unei dictaturi politice.

Pentru a evita aceste două perspective catastrofice, este necesar ca puterea acestor platforme să fie controlată; unele discuții, timide deocamdată, au și început. În primul rând pe teren fiscal.

La inițiativa Europei, OCDE⁵ lucrează la o remaniere globală a fiscalității internaționale a întreprinderilor, care s-ar traduce în principal printr-o reformă a taxelor pe aceste platforme, astfel încât ele să plătească impozite în țările unde fac profit; Statele Unite se împotrivesc și continuă să pretindă ca întreprinderile americane să poată alege dacă doresc sau nu să facă parte din noul sistem, ceea ce ar distruge fără doar și poate eficiența acestuia.

Uniunea Europeană discută de altfel despre posibilitatea de a le impune reglementări mai stricte: Digital Services Act, care ar putea intra în vigoare în 2021⁶, își propune să modifice regulile naționale pentru serviciile digitale, inclusiv privind responsabilitatea conținutului generat de utilizatori,

dezinformarea online și targetarea publicitară. Europeanii sînt departe de a fi ajuns la un acord pe aceste teme, care, de altminteri, nu constituie, cum am văzut, decît o mică parte a problemei.

Guvernul american însuși se amestecă în aceste chestiuni: Departamentul de Justiție, sprijinit de unsprezece state, a anunțat, pe 20 octombrie 2020, că dă în judecată Google după o anchetă de un an, care l-a convins că firma cu sediul la Mountain View a „menținut în mod ilegal un monopol privind serviciile de căutare pe Internet și publicitatea online”.

În sfîrșit, guvernul chinez începe să fie îngrijorat de puterea crescîndă a firmelor echivalente chineze și intenționează să instituie politici antitrust împotriva propriilor campioni naționali, și anume BATX. Tocmai a transmis un prim semnal în acest sens, nedîndu-și acordul, în noiembrie 2020, ca Jack Ma, președintele Alibaba, să intre pe Bursă cu Ant Group, filiala bancară a grupului Alibaba.

Pîna și acționarii și șefii acestor firme, care simt foarte bine că situația prezentă nu este de durată, aproape au ajuns să considere că ar avea un interes financiar în scindarea acestor întreprinderi.

Multe căi se deschid în acest caz pentru a le reduce puterea și a proteja celelalte canale media.

GAFA să nu mai aibă dreptul de a-și apropria date personale

Ne putem mai întîi imagina că li s-ar cere lui GAFA și BATX să le lase utilizatorilor propriile date și, în schimb, să le ofere

doar un acces plătit la o serie de servicii limitate. I s-ar putea, de exemplu, cere sau impune lui Google să le propună utilizatorilor săi o versiune cu plată a serviciilor sale (cîtiva euro pe lună pentru Search, Maps etc.), fără publicitate, fără colectare de date și fără nici un fel de tracking. Unii cred că ar fi inefficient, pentru că majoritatea utilizatorilor ar prefera să utilizeze în continuare actuala versiune gratuită, lăsîndu-și datele personale în posesia lui Google.

În Europa, s-a făcut în teorie un prim pas în această direcție prin RGPD (Regulamentul General de Protecție a Datelor), care ar trebui să protejeze proprietatea privată asupra datelor; dar acesta nu este deloc aplicat, iar GAFA, ca multe altele, îl încalcă cu nepăsare.

Un al doilea pas a fost făcut pe 16 iulie 2020, odată cu Hotărîrea Schrems 2 a Curții de Justiție a Uniunii Europene. Aceasta anulează obligația impusă GAFA de a transmite datele utilizatorilor guvernelor și unor întreprinderi situate pe teritoriul Statelor Unite. Pe 19 noiembrie 2020, Microsoft nu doar că a declarat că va respecta această hotărîre europeană, ci și că orice cerere de informare emanînd de la indiferent care guvern va fi refuzată de îndată ce va exista o bază juridică în acest sens.

Ca să mergem și mai departe, ar putea fi create terțe părți de încredere, care ar controla și securiza partajarea și circulația datelor private. În acest scop încep să fie dezvoltate unele tehnologii. În particular, *blockchain* poate contribui la urmărirea și partajarea proprietății asupra datelor. Dfinity, platformă criptografică de pe cloud, o fundație cu scop nelucrativ creată la Zürich de Marc Andreessen și Ben Horowitz, cu centre de cercetare în California, urmărește să

reda fiecărui utilizator proprietatea datelor, dezvoltând un Internet descentralizat ale cărui date să nu mai treacă prin bazele aflate în stăpânirea GAFA.

Dezvăluirea algoritmilor GAFA

O rețea de socializare dorește, cum am văzut, să atragă și să capteze cât mai mult timp atenția celui care pătrunde pe platforma sa, pentru a avea timp suficient să recolteze datele sale personale și să le exploateze ulterior în scopuri de marketing targetat. În acest scop, utilizează algoritmi secreți care construiesc grafuri sociale, reunind ansamblul relațiilor digitale și al preferințelor fiecăruia; complexitatea tehnică a acestor algoritmi constituie cel mai bun scut împotriva mecanismelor de control.

Și totuși, rețelele de socializare ar trebui să poată fi controlate. Iar pentru aceasta, să li se impună să-și scadă viralitatea conținutului, să li se ceară să-și publice algoritmi, să fie auditate de echipe de experți, pentru a li se reduce dimensiunea adictivă, viralitatea și capacitatea de a-i orienta pe consumatori.

Această deschidere a algoritmilor ar permite și să iasă la lumina zilei comunitățile pe care le organizează și să îngăduie fiecăruia să scape de legăturile forțate și să se conecteze în deplină libertate la grupurile care îi convin. Programe precum Clubhouse și Geneva permit deja acest lucru și ar trebui să le fie impuse GAFA.

Într-un mod și mai radical, vor trebui imaginate aplicații care să permită oricui să scape din ghearele rețelelor de

socializare prin recuperarea propriilor grafuri, fără să le mai lase în seama GAFA, și să-și stăpânească astfel propriul univers digital. Ceea ce ar implica existența unor aplicații personale care să dispună de o inteligență artificială foarte puternică, capabile să opună rezistență grafurilor sociale ale platformelor, să le bruieze algoritmi și să se elibereze de ei. Ne aflăm încă foarte departe de o asemenea perspectivă, dar aceasta este fără îndoială amenințarea tehnologică ce apasă asupra supraviețuirii GAFA.

Slăbirea puterii monopoliste a GAFA și BATX

În cadrul Organizației Mondiale a Comerțului, ar trebui stabilită o jurisprudență mondială a concurenței, după modelul celei din Uniunea Europeană, care să definească ce tehnologii și servicii pot fi combinate fără daune pentru concurență și care sînt, dimpotrivă, creatoare de monopol sau de monopson. Prin urmare, ar fi necesar:

- Să fie impus un acces nediscriminatoriu al tuturor utilizatorilor la infrastructurile GAFA și BATX, cum a fost posibil în cazul accesului la rețelele electrice și feroviare.
- Să fie instaurat, în cadrul OMC, un drept mondial specific pentru domeniul digital și pentru concurență, cum au procedat Statele Unite pentru a se apăra de fuziunile excesive ale marilor grupuri industriale, cu Hart-Scott-Rodino Act din 1976.
- Să fie împiedicat monopolul GAFA și BATX, de îndată ce acestea încearcă să cumpere o nouă firmă, ceea ce ar fi împiedicat, la vremea potrivită, mai ales preluarea

Instagram și WhatsApp de către Facebook, căruia i-au întărit considerabil poziția de monopol.

Dezmembrarea GAFA și BATX

În cazul refuzării acestor compromisuri, va trebui să se meargă mult mai departe și să se obțină de la guvernele american și chinez ca acestea să decidă, împreună cu Uniunea Europeană și conform propriilor interese, următoarele:

- Divizarea lui Google cel puțin în 4, separînd motorul de căutare, Android, regia publicitară și celelalte departamente.
- Divizarea lui Amazon cel puțin în 3, separînd piața, publicitatea și cloud-ul.
- Divizarea lui Facebook cel puțin în 4, separînd Facebook, Messenger, WhatsApp și Instagram.
- Divizarea lui Microsoft cel puțin în două, separînd cloud-ul de tot restul.
- Divizarea lui Apple cel puțin în două, separînd hardul de soft, cu interzicerea pătrunderii în alte activități de servicii (streaming video, muzică).
- Divizarea lui Tencent cel puțin în 3, separînd rețeaua de socializare, cloud-ul și restul.
- Divizarea lui Alibaba cel puțin în 4, separînd piața, publicitatea, cloud-ul și banca.
- Divizarea lui Baidu și Xiaomi cel puțin în 3, separînd rețeaua de socializare, cloud-ul și restul.

Desigur că va fi foarte greu, pentru că aceste firme dispun de multe mijloace de represalii: ele pot să-și întrerupă

investițiile în infrastructură și să determine prăbușirea a numeroase protocoale, încetinind teribil de mult Internetul. Pot, de asemenea, să se bazeze pe satisfacția a sute de milioane de internauți și pe gratuitatea pe care o oferă în privința anumitor servicii de neînlocuit (mesagerie, hărți, GPS, acces la Internet...).

Totuși, nu va trebui cedat la aceste amenințări, nici acceptată propunerea lor actuală de a oferi o compensație financiară editorilor de presă, care nu ar servi decât la finanțarea funeraliilor lor.

Europa, în special, va trebui să aibă curaj și să-și asume riscul de a se lipsi pentru scurtă vreme de serviciile acestor firme. Ceea ce ar duce, poate, la înflorirea unor giganți ai Netului.

Să ne facem timp ca să nu ne informăm

În fine – și, poate, mai ales –, va trebui, pentru a scăpa din ghearele acestor media adictive și distrugătoare, să regîndim raportul cu timpul.

Ceea ce ar presupune reducerea vitezei de circulație a informațiilor și a mesajelor personale; să învățăm să ne deconectăm regulat de la canalele media, să nu ne mulțumim cu gratificația sumară a numărului celor care aprobă mesajele; să citim cărți, să ne facem timp pentru meditație, pentru conversația cu oameni reali, fără să fim conectați, să dăm frîu liber imaginației, visării, reflecției.

Mai general, să regăsim capacitatea de a fi atenți la ceilalți și la noi înșine fără să avem nevoie în acest sens de satisfacția artificială pe care o oferă apartenența la o rețea de socializare și aprobarea virtuală pe care o putem primi. Să ne distrăm prin ceea ce oferă arta și cultura, și nu prin intermediul unor jocuri video golate de orice sens sau prin spectacolul unor polemici lipsite de importanță.

Va trebui așadar, iar acest lucru este esențial, să nu ne temem nici de singurătate, nici de întâlnirea cu persoane reale; să dăm timpului pe care-l trăim întreaga lui valoare, să-l folosim pentru a deveni noi înșine, prin motivații interioare, prin propria inteligență, cel puțin în aceeași măsură ca prin informațiile pe care le putem primi.

Să nu te informezi constituie, uneori, cea mai bună modalitate de a te pregăti pentru o bună informare, pentru a acționa mai bine.

*

* *

Vom sfîrși oare prin a fi victimele supuse ale unui furt generalizat al identităților noastre, comis de niște mașini abstracte, care nu au altă finalitate decît să se dezvolte în beneficiul exclusiv al acționarilor lor? Sîntem oare conștienți că acești monștri au devenit periculoși, nu doar prin ceea ce sînt, ci și prin dezastrul pe care l-ar putea provoca prăbușirea lor? Cînd vom înțelege că fuziunea în curs dintre informație și divertisment nu constituie decît un mod de a-i face pe

muritori să uite că sînt muritori, în timp ce unii dintre cei mai bogați încearcă să devină nemuritori? Nu avem oare și alte urgențe, în special de ordin climatic?

Mai este încă posibil să acționăm? Mai este încă timp să ne eliberăm de artefactele noastre, să înfruntăm realitatea datorită unei mass-media în sfîrșit libere?

Să fi scris oare toate acestea în zadar? Ar trebui oare să închei această carte prin același mesaj de resemnare pe care Marx l-a adresat socialiștilor germani?

Dacă tot ce am propus mai sus nu va fi transpus în realitate, cea mai mare parte a mass-mediei clasice va dispărea. Vom depinde tot mai mult de aceste mari mașini digitale, care se vor prăbuși la rîndul lor într-o bună zi, măturînd mari sectoare din infrastructura societăților noastre; și, fiindcă vom fi lăsat în seama lor toate mijloacele noastre de comunicare, de divertisment, de informare, de producție, de comercializare, de formare, de îngrijire, de finanțare, ne vom întoarce în Epoca de Piatră.

Dacă, dimpotrivă, vom ști să reacționăm acum și să organizăm controlul asupra lor, atunci vom putea utiliza partea cea mai bună a acestor tehnologii pentru a ne informa, a învăța, a acționa și a trăi vieți libere, libere în egalitate, în societăți cu adevărat democratice, unde toate diferențele să fie în sfîrșit recunoscute ca izvoare de bogăție colectivă.

Canalele media, oricare ar fi natura lor, ar putea atunci să-și îndeplinească misiunea ideală, niciodată realizată: să permită oamenilor să împărtășească toată cunoașterea disponibilă și să o transmită generațiilor următoare.

Umanitatea ar putea atunci să spere că, într-o bună zi, va descoperi rațiunea de a fi a ceea ce numim, în lipsa unui

termen mai potrivit, conștiință.

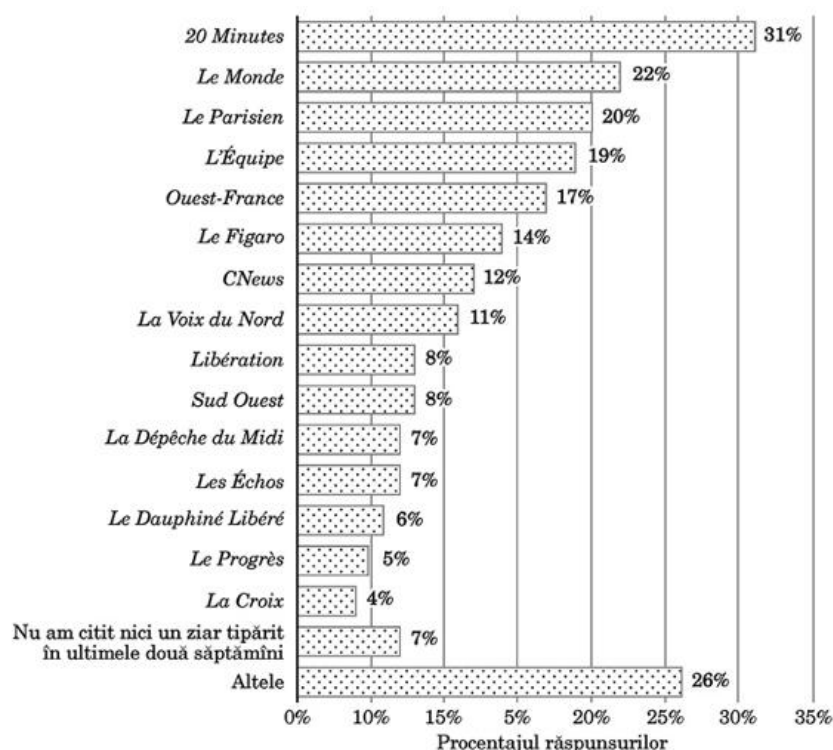
- [1.](#) Karl Marx, *Kritik des Gothaer Programms*. Textul a fost scris de autor în 1875 (dar s-a publicat abia în 1891, după moartea lui Karl Marx), în preajma Congresului de unificare a mișcării socialiste din Germania de la Gotha. Poate fi găsit în mai multe ediții românești (publicate între 1948 și 1969, prima la Editura Partidului Muncitoresc Român, apoi la Editura Politică din București, fără nici o precizare privind numele traducătorului) (n. tr.).
- [2.](#) Cunoscut sub numele latinizat Averroes (n. tr.).
- [3.](#) Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (n. tr.).
- [4.](#) „No provider or user of an interactive computer service shall be treated as the publisher or speaker of any information provided by another information content provider.” Astfel încât furnizorii de servicii informatice, precum și utilizatorii Internetului sînt exonerati de orice responsabilitate pentru eventualele delikte comise de terțe părți pe site-urile gestionate de ei (n. tr.).
- [5.](#) Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică (n. tr.).
- [6.](#) Digital Services Act (legislația privind serviciile digitale) și Digital Markets Act (legislația privind piețele digitale) au fost elaborate de Comisia Europeană și ar urma să fie adoptate la începutul anului 2022 (n. tr.).

Anexe

Anexa 1: Ce ziare din presa scrisă ați citit în ultimele două săptămîni?

Surse: Statista Global Consumer Survey

© Statista

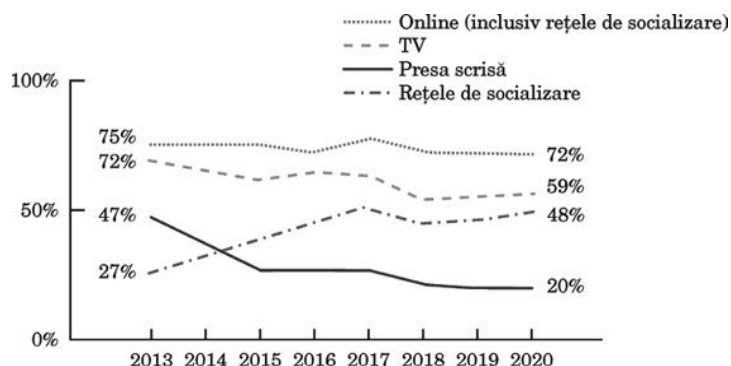


Sondaj efectuat în Franța, între 14 februarie și 25 martie 2020 și între 21 iulie și 13 august 2020, 706 răspunsuri

Anexa 2: Sursele de informare în Statele Unite

2013-2020

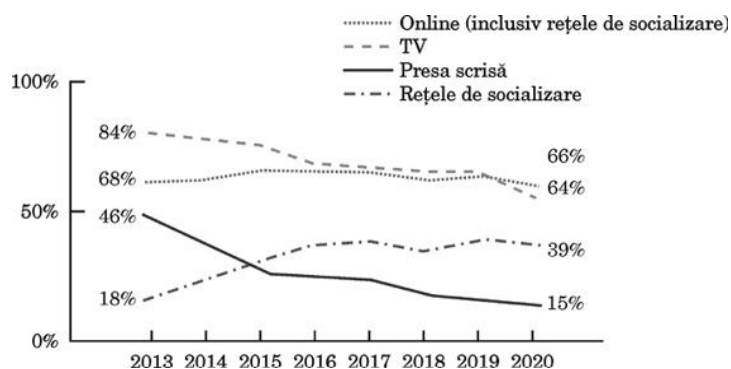
Sursa: 2020 Reuters Institute Digital News Report



Anexa 3: Sursele de informare în Franța

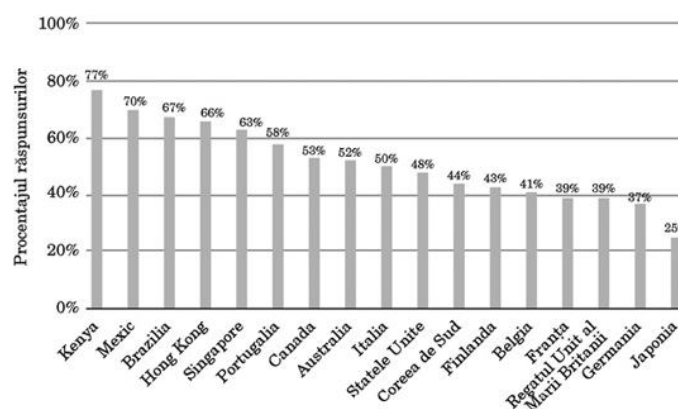
2013-2020

Sursa: 2020 Reuters Institute Digital News Report



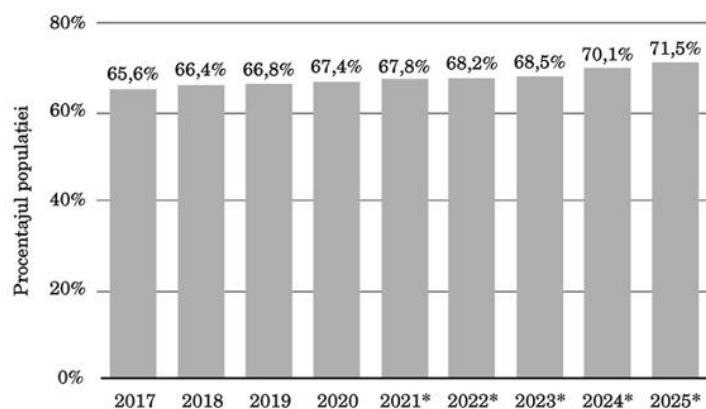
Anexa 4: Procentul de adulți care se informează pe rețelele de socializare, clasament pe țări, februarie 2020

Sursa: Statista Global Consumer Survey © Statista



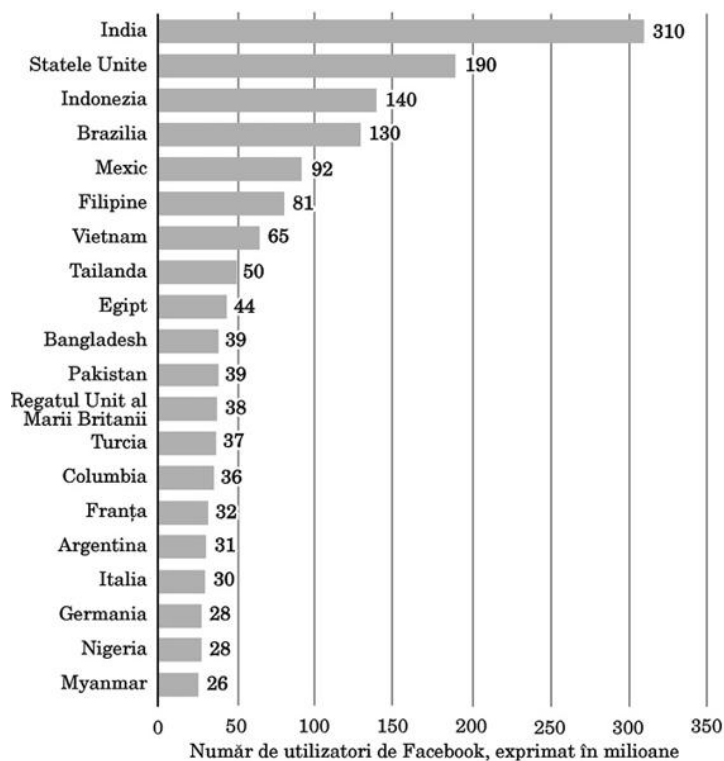
Anexa 5: Procentajul populației care utilizează rețelele de socializare în Statele Unite, din 2017 și pînă în iulie 2020, urmat de o estimare pînă în 2025

Sursa: © Statista 2020



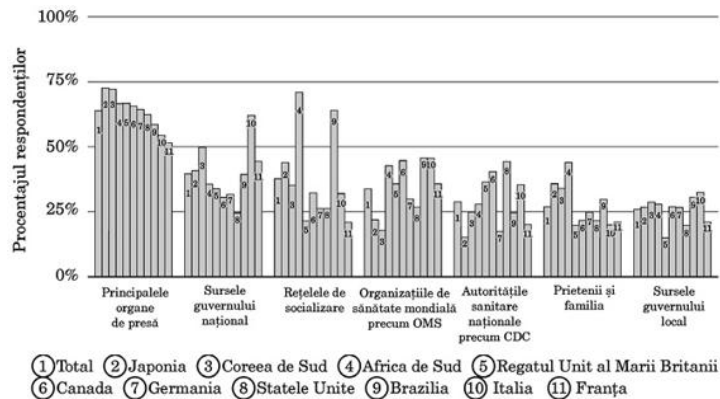
Anexa 6: Clasamentul țărilor după numărul utilizatorilor de Facebook, octombrie 2020

Sursa: We Are Social; DataReportal; Hootsuite; Facebook. © Statista 2020



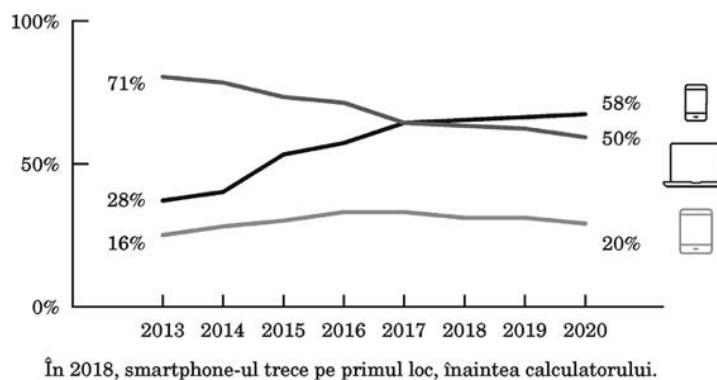
Anexa 7: Cele mai utilizate surse pentru informare despre Coronavirus, martie 2020

Sursa: Edelman. © Statista 2020



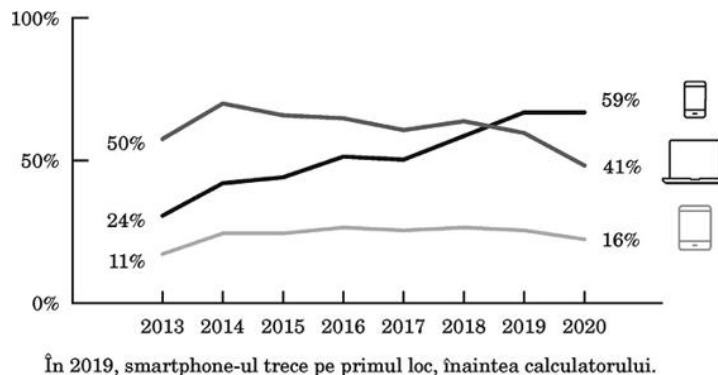
Anexa 8: Dispozitivele utilizate pentru informarea online în Statele Unite în 2020

Sursa: 2020 Reuters Institute Digital News Report



Anexa 9: Dispozitivele utilizate pentru informarea online în Franța în 2020

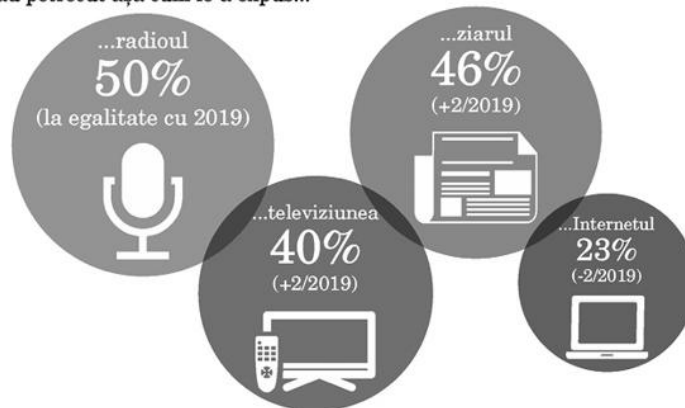
Sursa: 2020 Reuters Institute Digital News Report



Anexa 10: Credibilitatea mass-mediei

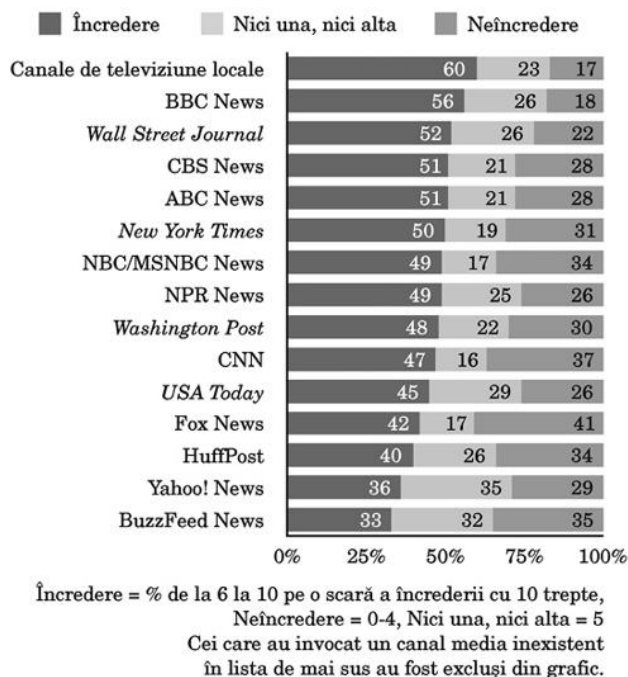
Sursă: Al 33-lea Barometru al încrederii în mass-media, realizat de Kantar pentru *La Croix*, ianuarie 2020 © Visactu.

În general, referitor la știrile pe care le citiți/auziți/vedeți într-un ziar/la radio/la televizor/pe Internet, considerați că lucrurile s-au petrecut așa cum le-a expus...



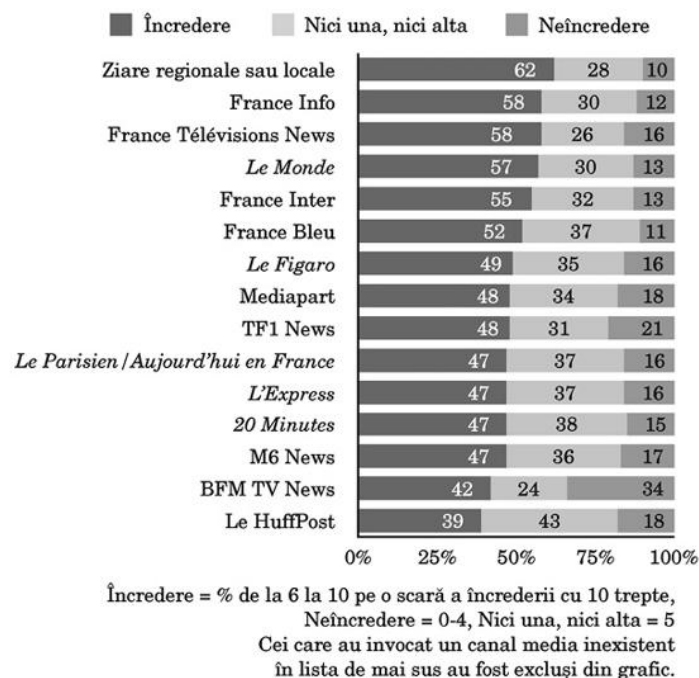
Anexa 11: Încrederea în mass-media în Statele Unite în 2020

Sursa: 2020 Reuters Institute Digital News Report



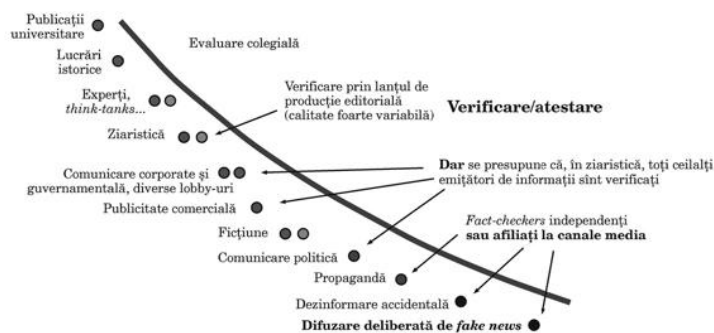
Anexa 12: Încrederea în mass-media în Franța în 2020

Sursa: 2020 Reuters Institute Digital News Report



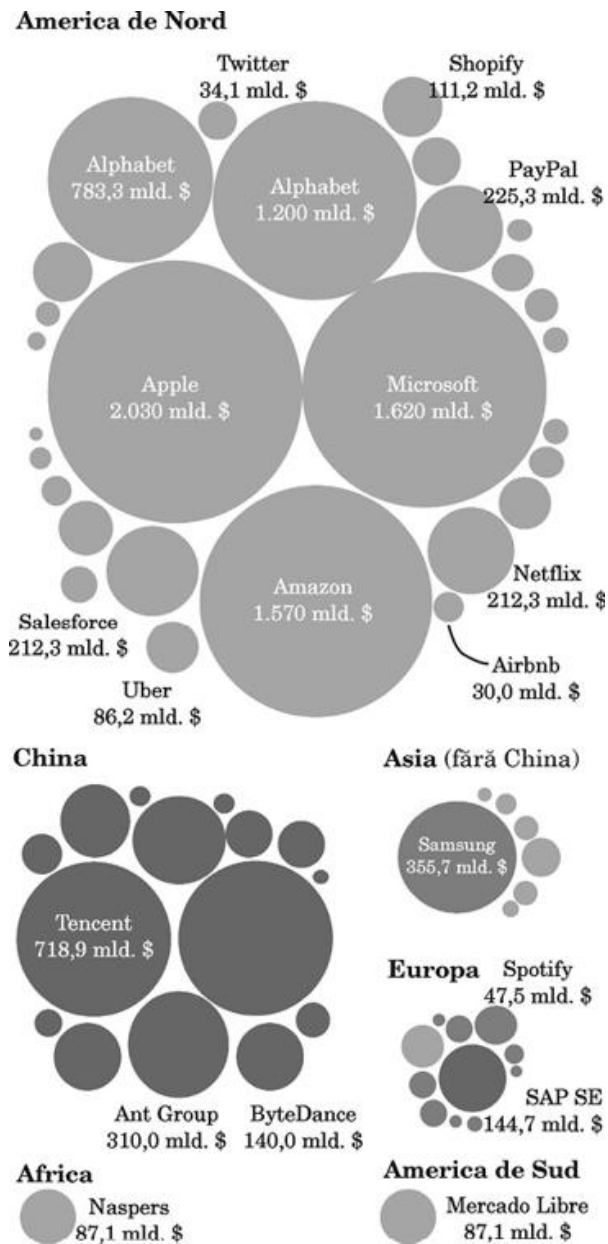
Anexa 13: Scara încrederii (experiment)

Sursa: Frédéric Filloux/MondayNote



Anexa 14: Platforme a căror capitalizare la bursă depășește trei miliarde de dolari, noiembrie 2020

Sursa: Bloomberg CB Insights



Bibliografie

Generală

Studii

Ágoston Gábor, Masters Bruce Alan, *Encyclopedia of the Ottoman Empire*, Facts on File, 2009

Albert Pierre, *Histoire de la presse*, PUF, „Que sais-je?”, 2018

Ammaz Camille, *Histoire de la poste dans le monde*, Pygmalion, 2013

Attali Jacques, *La Parole et l'Outil*, PUF, 1976

Attali Jacques, *Bruits. Économie politique de la musique*, Fayard, [1977] 2000

Attali Jacques, *Au propre et au figuré. Histoire de la propriété*, Fayard, 1988

Attali Jacques, *1492*, Fayard, 1991

Attali Jacques, *Les Juifs, le Monde et l'Argent*, Fayard, 2002

Attali Jacques, *Karl Marx ou l'Esprit du monde*, Fayard, 2005

Attali Jacques, *Une brève histoire de l'avenir*, Fayard, 2006

Attali Jacques, *Ga'ndhi' ou l'Éveil des humiliés*, Fayard, 2007

Attali Jacques, *Phares. 24 destins*, Fayard, 2010

Attali Jacques, *Diderot ou le Bonheur de penser*, Fayard, 2012

Attali Jacques, *Peut-on prévoir l'avenir?*, Fayard, 2015

Attali Jacques, *Vivement après-demain!*, Fayard, 2016

Attali Jacques, À tort et à raison. *Entretiens avec Frédéric Taddei*, Éditions de L'Observatoire, 2020

Attali Jacques, Salfati Pierre-Henry, *Le Destin de l'Occident. Athènes, Jérusalem*, Fayard, 2016

- Barbier Frédéric, Bertho Lavenir Catherine, *L'Histoire des médias, de Diderot à Internet*, Armand Colin, 1996
- Bertho Lavenir Catherine, *La Démocratie et les médias au 20e siècle*, Armand Colin, 2018
- Biard Michel (ed.), *Combattre, tolérer ou justifier? Écrivains et journalistes face à la violence d'État (XVIe-XXe siècle)*, Publications des universités de Rouen et du Havre, col. „Cahiers du GRHis”, nr. 20, 2009
- Braudel Fernand, *Civilisation matérielle, économie et capitalisme*, LGF, [1979] 1993
- Brizay François (ed.), *Les Formes de l'échange. Communiquer, diffuser, informer de l'Antiquité au XVIIIe siècle*, Presses universitaires de Rennes, 2012
- Cazenave Élisabeth, Ulmann-Mauriat Caroline, *Presse, radio et télévision en France de 1631 à nos jours*, Hachette, 1995
- Cucheval-Clarigny Athanase, *Histoire de la presse en Angleterre et aux États-Unis*, Amyot, 1857
- Dahl Svend, *Histoire du livre de l'Antiquité à nos jours*, ediția a III-a, Lamarre-Poinat, 1967
- Delporte Christian, *Histoire du journalisme et des journalistes en France*, PUF, 1995
- Delporte Christian, Blandin Claire, Robinet François, *Histoire de la presse en France: XXe- XXIe siècles*, Armand Colin, 2016
- Dorna Alexandre, Quellien Jean, Simonnet Stéphane și Maison de la recherche en sciences humaines din Caen, *La Propagande. Images, paroles et manipulation*, L'Harmattan, 2008
- Éveno Patrick, *L'Argent de la presse française des années 1820 à nos jours*, Éditions du Comité des travaux historiques et scientifiques, 2003
- Fang Hanqi, *A History of Journalism in China*, Silkroad Press, 2012
- Feyel Gilles, *La Presse en France des origines à 1944. Histoire politique et matérielle*, Ellipses, 2007
- Fuentes Juan Francisco, Fernández Sebastián Javier, *Historia del periodismo español*, Editorial Síntesis, 1997
- Harari Yuval Noah, *Sapiens. Une brève histoire de l'humanité*, traducere în limba franceză de P.-E. Dauzat, Albin Michel, 2015
- Herd Harold, *The March of Journalism: The Story of the British Press from 1622 to the Present Day*, Allen & Unwin, 1952
- Jeanneney Jean-Noël, *Une histoire des médias. Des origines à nos jours*, Seuil, 1996
- Lacroix Jean-Michel, *Histoire des États-Unis*, PUF, col. „Quadrige”, ediția a III-a, 2006
- Lévrier Alexis, Wrona Adeline (ed.), *Matière et esprit du journal, du Mercure Galant à Twitter*, Presses de l'université Paris-Sorbonne, 2013
- Martin Laurent, *La presse écrite en France au XXe siècle*, LGF, 2005
- Martin Marc, *Trois siècles de publicité en France*, Odile Jacob, 1992
- McChesney Robert W., Nichols John, *People Get Ready: The Fight Against a Jobless Economy and a Citizenless Democracy*, Nation Books, 2016

Mercier Arnaud, *Fake news et post-vérité: 20 textes pour comprendre la menace*, The ConversationFrance, 2018

Muhlmann Géraldine, *Du journalisme en démocratie*, Payot, 2004

Muhlmann Géraldine, *Une histoire politique du journalisme, XIXe-XXe siècle*, PUF, 2004

Pettegree Andrew, *The Invention of News: How the World Came to Know About Itself*, Yale University Press, 2014

Pinson Guillaume, *La Culture médiatique francophone en Europe et en Amérique du Nord de 1760 à la veille de la Seconde Guerre mondiale*, Presses de l'université de Laval, 2016

Stephens Mitchell, *A History of News*, Harcourt Bracen, ediția a II-a, 1996

Singaravélou Pierre, Venayre Sylvain (ed.), *Le Magasin du monde. La mondialisation par les objets du XVIIIe siècle à nos jours*, Fayard, 2020

Starr Paul, *The Creation of the Media: Political Origins of Modern Communications*, Basic Books, 2004

Tétard Philippe, Chauveau Agnès, *Introduction à l'histoire des médias en France de 1881 à nos jours*, Armand Colin, 1999

Thoveron Gabriel, *Histoire des médias*, Seuil, 1997

Voyenne Bernard, *Les Journalistes français*, Retz, 1995

Publicații științifice/specializate

Bradshaw Samantha, Howard Philip N., „Troops, Trolls and Troublemakers: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation”, *Working paper*, nr. 2017.12, University of Oxford, 2017

Cohen Évelyne, Brétéché Marion (ed.), „La fausse information de la Gazette à Twitter”, *Le Temps des Médias*, nr. 30, primăvara 2018

Valbert G., „L'histoire du journalisme en Autriche”, *Revue des Deux Mondes*, perioada a treia (1874-1893), tomul 110, 1892, pp. 693-704

Articole online

Soll Jacob, „The Long and Brutal History of Fake News”, *Politico Magazine*, 18 decembrie 2016

Yurkova Olga, „Six Fake News Techniques and Simple Tools to Vet Them”, *Global Investigative Journalism Network*
Histopresse, www.histopresse.com
History of American Journalism, history-journalism.ku.edu
The Hoax Museum Blog, hoaxes.org
World Radio History, worldradiohistory.com

Capitolul 1. Știri princiare, știri ale popoarelor (Din anii –30000 pînă la începutul erei noastre)

Studii

Achard Guy, *La Communication à Rome*, Les Belles Lettres, 2006
Andreau Jean, Virlouvet Catherine (ed.), *L'Information et la mer dans le monde antique*, École française de Rome, 2002
Boivin Nicole, Frachetti Michael D. (ed.), *Globalization in Prehistory: Contact, Exchanges and the People without History*, Cambridge University Press, 2018
Bridges E. Lucas, *Uttermost Part of the Earth: Indians of Tierra del Fuego*, Dover Publications, Inc, [1949] 1988
Bresson Alain, Cocula Anne-Marie, Pébarthe Christophe (ed.), *L'Écriture publique du pouvoir*, Ausonius, 2005
Capdetrey Laurent, Nelis-Clément Jocelyne (ed.), *La Circulation de l'information dans les États antiques. Actes de la table ronde „La circulation de l'information dans les structures de pouvoir antiques”*, Ausonius, 2006
Coulet Corinne, *Communiquer en Grèce ancienne. Écrits, discours, information, voyages*, Les Belles Lettres, 1991
Ferdowsi, *Le Livre des rois*, traducere în limba franceză de J. Mohl, Sindbad-Actes Sud, 2002
Figuier Louis, *Les Merveilles de la science ou description populaire des inventions modernes*, Furne, Jouvet et Cie, 1867-1891
Finnegan Ruth, *Oral Literature in Africa*, Open Book Publisher, 2012
Gazagnadou Didier, *La Poste à relais en Eurasie*, Kimé, 1994

Hadas-Lebel Mireille, *Rome, la Judée et les Juifs*, Picard, 2009

Heurgon Jacques, *La Vie quotidienne des Étrusques*, Hachette, 2019

Ibn Batûta, *Voyages*, traducere în limba franceză de C. Defremery și B.R. Sanguinetti (1858), F. Maspero, col. „La Découverte”, 3 vol., 1982

Jourdain Louis, *Les Juifs d’Alexandrie dans l’Antiquité*, Presses universitaires de Rennes, 2019

Lewis Sian, *News and Society in the Greek Polis*, G. Duckworth, 1996

Maspero François, *Les Maîtres de vérité dans la Grèce archaïque*, La Découverte, col. „Textes à l’appui”, 1967

Maspero Henri, Balazs Étienne, *Histoire des institutions de la Chine ancienne*, Analele muzeului Guimet, tomul LXXIII, PUF, 1967

Niane Djibril Tamsir, *Soundjata ou l’épopée mandingue*, Présence africaine, 1960

Ragheb Youssef, *Les Messagers volants en terre d’Islam*, CNRS Éditions, 2002

Schmitt Pantel Pauline, *La Cité au banquet. Histoire des repas publics dans les cités grecques*, Publications de l’École française de Rome, nr. 157, 1992

Silverstein Adam J., *Postal Systems in the Pre-Modern Islamic World*, Cambridge University Press, 2007

Vernus Michel, *La Fabuleuse Histoire du papier*, Éditions Cabédita, 2004

Woods Mary B., Woods Michael, *Ancient Communication Technology: From Hieroglyphics to Scrolls*, Twenty-First Century Books, 2011

Wu Silas H.L., *Communication and Imperial Control in China: Evolution of the Palace Memorial System, 1693-1735*, Harvard University Press, Harvard East Asian Series, 1970

La Bible de Jérusalem, Pocket, 2015

Publicații științifice/specializate

André-Salvini Béatrice, „Chapitre III. Babylone au temps de Nabuchodonosor II (605-562 av. J.-C.)”, în Béatrice André-Salvini, *Babylone*, PUF, col. „Que sais-je?”, 2019, pp. 43-116

Arranz Almudena Dominguez, *Politica y genero en la propaganda en la Antigüedad. Antecedentes y legado*, Academia.edu:
https://www.academia.edu/15263381/Pol%C3%ADtica_y_g%C3%A9nero_en_la_propaganda_en_la_Antig%C3%BCedad_Antecedentes_y_legado_Gender_and_politics_in_propaganda_during_Antiquity_Its_precedents_and_legacy_

Ayoun Richard, „Les Juifs et la mer, introduction”, *Revue française d’histoire d’outre-mer*, „Les Juifs et la mer”, tomul 87, nr. 326-327, semestrul 1, 2000, pp. 7-13

- Charpin Dominique, „Chroniques bibliographiques. 2, La commémoration d’actes juridiques: à propos des kudurrus babyloniens”, *Revue assyriologique*, vol. 96, februarie 2002, pp. 169-191.
- Charpin Dominique, „Civilisation mésopotamienne”, *L’Annuaire du Collège de France*, 117, 2019
- Clottes Jean, „De «l’art pour l’art» au chamanisme: l’interprétation de l’art préhistorique”, *La revue pour l’histoire du CNRS*, nr. 8, 2003
- David Abraham, „Les documents de La Geniza du Caire”, *Annuaire de l’École pratique des hautes études (EPHE)*, Section des sciences historiques et philologiques, nr. 139, 2008, pp. 26-28
- Davis Ernest, „The Life of Information, from Drums to Wikipedia. Review of James Gleick. The Information: A History, a Theory, a Flood”, *The Times Literary Supplement*, 23 august 2011
- Demoule Jean-Paul, „Révolution néolithique, révolution de l’information”, *La Revue des médias*, INA, 30 septembrie 2016 (actualizat pe 3 decembrie 2019)
- Goblot-Cahen Catherine, „Les hérauts grecs agents et victimes de châtements”, *Hypothèses*, vol. 6, nr. 1, 2003, pp. 135-144
- Goldberg Jacques, „La communication animale”, în Jean-François Dortier (ed.), *La Communication. Des relations interpersonnelles aux réseaux sociaux*, Sciences Humaines, col. „Synthèse”, 2016, pp. 32-40
- Gouraud Jean-Louis, „Quelques propos cavaliers sur les Khazars”, în Jacques Piatigorsky și Jacques Sapir (ed.), *L’Empire Khazar VII-XIe siècle. L’énigme d’un peuple cavalier*, Autrement, pp. 117-142
- Grenier Albert, „Les stèles étrusques de Bologne”, *Revue archéologique*, vol. 19, 1912, pp. 137-140
- Harari Ibrahim, „Portée de la stèle juridique de Karnak. Essai sur la terminologie juridique du Moyen Empire égyptien”, *Annales du service des antiquités de l’Égypte*, nr. 51, 1951, pp. 273-297
- Heck A. (sub pseudonimul Al Nath), „Légendes de Patagonie”, *Orion*, vol. 54, nr. 288, 1996
- Miller Dean A., „The Logothete of the Drome in the Middle Byzantine Period”, *Byzantion*, vol. 36, nr. 2, 1966, pp. 438-470
- Peyras Jean, „Pouvoir romain et terre étrusque d’après des documents romains de l’Antiquité tardive”, în Thierry Piel (ed.), *Figures et expressions du pouvoir dans l’Antiquité: Hommage à Jean-René Jannot*, Presses universitaires de Rennes, 2008
- Pierart Marcel, „Le héraut du Conseil et du peuple à Athènes”, *Bulletin de correspondance hellénique*, vol. 100, fascicol 1, 1976, pp. 443-447
- Pieri Dominique, „Marchands orientaux dans l’économie occidentale de l’Antiquité tardive”, în Lucien Rivet, Martine Sciallano (ed.), *Vivre, produire et échanger: reflets méditerranéens. Mélanges offerts à Bernard Liou*, Monique Mergoïl, col. „Archéologie et Histoire romaine”, 8, 2002, pp. 123-132

- Sapwell Mark, „Understanding Palimpsest Rock Art with the Art as Agency Approach: Gell, Morphy, and Laxön, Nämforsen”, *Journal of Archaeological Method and Theory*, vol. 24, 2017, pp. 352-376
- Sartre Maurice, „Antiquité gréco-romaine: le bourdonnement incessant de l'information”, *La Revue des médias*, martie 2019
- Sifuentes Jesse, „The Propaganda of Octavian and Mark Antony's Civil War”, *Ancient History Encyclopedia*, 20 noiembrie 2019
- Thomas Léon, „Des peuples en voie de disparition: Les Fuégiens”, *Cahiers d'outre-mer*, nr. 24, anul 6, octombrie-decembrie 1953, pp. 379-398
- Wagner Rudolf, „The Early Chinese Newspapers and the Chinese Public Sphere”, *European Journal of East Asian Studies*, vol. 1, nr. 1, pp. 1-33, 2002
- Winter Irène, „After the Battle is Over: The «Stele of the Vultures» and the Beginning of Historical Narrative in the Ancient Near East”, în *Pictorial Narrative in Antiquity to the Middle Ages*, National Gallery of Art, col. „Studies in the history of art”, 1985, pp. 11-32
- Xiaoping Li, „La civilisation chinoise et son droit”, *Revue internationale de droit comparé*, vol. 51, nr. 3, iulie-septembrie 1999, pp. 505-541
- Zanetti Vincent, „Le griot et le pouvoir”, *Cahiers d'ethnomusicologie*, vol. 3, 1990, pp. 161-172
- Zavaroni Adolfo, „Nuove ipotesi sulla bilingue etrusco-latina di Pesaro”, *Latomus: revue d'études latines*, vol. 62, nr. 2, 2003, pp. 307-310
- Zemp Hugo, „La légende des griots malinké”, *Cahiers d'études africaines*, vol. 6, nr. 24, 1966, pp. 611-642

Articole

- Lamazou Titouan, „Cap Horn. Au bout du monde”, *L'Équipe Magazine*, nr. 975, 13 ianuarie 2001
- Thieme M., „Les postes des sultans d'Égypte”, *L'Union postale*, Berna, iulie 1884

Articole online

- Novillo Miquel Angel, „Acta diurna: le premier quotidien de l'Histoire était romain”, *National Geographic*, 17 aprilie 2020

Sacleux Arnaud, „Découverte de la première mention du mot «Israël» dans un écrit de l'Égypte Antique”, *National Geographic*, 9 iulie 2020

Strechie Madalina, „Propaganda of the Ancient Roman World”, *Rewminate*, 4 septembrie 2018

„Discovered: Facebook... for Cavemen?”, *The Week Staff*, 22 mai 2012

Documentare

Kasse Mady Diabate – *The Real Art of the Griot*, 2015: <https://vimeo.com/125403965>

Capitolul 2. Vremea mesagerilor (Din secolul I până în secolul al XIV-lea)

Studii

Adler Elkan, *Jewish Travellers in the Middle Ages*, Dover Publications, 1987

Banniard Michel, *Viva Voce. Communication écrite et communication orale du IVe au IXe siècle en Occident latin*, Institut des études augustinienes, 1992

Champfleury, *Histoire de la caricature au Moyen Âge*, E. Dentu, 1870

Le Goff Jacques, *Les Intellectuels au Moyen Âge*, Seuil, [1957] 2014

Lett Didier, Offenstadt Nicolas (ed.), *Haro! Noël! Oy! Pratiques du cri au Moyen Âge*, Éditions de la Sorbonne, 2003

Menache Sophia, *The Vox Dei: Communication in the Middle Ages*, Oxford University Press, 1990

Société des historiens médiévistes de l'enseignement supérieur public (ed.), *L'Autorité de l'écrit au Moyen Âge (Orient-Occident)*, XXXIXe Congrès de la SHMESP (Cairo, 30 aprilie – 5 mai 2008), Éditions de la Sorbonne, 2009

Société des historiens médiévistes de l'enseignement supérieur public (ed.), *La Circulation des nouvelles au Moyen Âge*, XXIVe Congrès de la SHMESP (Avignon, iunie 1993), École française de Rome, col. „Publications de l'École française de Rome”, 190, 1994

Verdon Jean, *Information et désinformation au Moyen Âge*, Perrin, 2010

Publicații științifice/specializate

- Bianchi Luca, „Un Moyen Âge sans censure? Réponse à Alain Boureau”, *Annales. Histoire, sciences sociales*, anul 57, nr. 3, 2002. pp. 733-743
- Billoré Maïté, „La rumeur au Moyen Âge: média des élites et voix du peuple”, *La Revue des médias*, 25 aprilie 2016
- Boucher d'Argis Antoine Gaspard, „Les colporteurs”, *L'Encyclopédie*, ed. I, tomul 3, pp. 659-660
- Brouwer Christian, Devroey Jean-Pierre, „La participation des juifs au commerce dans le monde franc (VIe-Xe siècles)”, în Alain Dierkens, Jean-Louis Kupper și Jean-Marie Sansterre (ed.), *Voyages et voyageurs à Byzance et en Occident du VIe au IXe siècle*, Actes du colloque international (Liège, 5-7 mai 1994), Presses universitaires de Liège, 1998, pp. 321-355
- Devroey Jean-Pierre, „Juifs et Syriens. À propos de la géographie économique de la Gaule au Haut Moyen Âge”, în Jean-Marie Duvoisquel și Erik Thoen (ed.), *Peasants and Townsman in Medieval Europe*, Snoeck-Ducaju & Zoon, 1995, pp. 51-72
- Doudet Estelle, „Moyen Âge et archéologie des media. Vers un nouveau temps profond des arts et des imaginaires de la communication”, *Fabula-LhT*, „Le Moyen Âge pour laboratoire”, nr. 20, ianuarie 2018
- Fargette Séverine, „Rumeurs, propagande et opinion publique au temps de la guerre civile (1407-1420)”, *Le Moyen Âge*, tomul CXIII, 2, 2007, pp. 309-334
- Fischel, Walter J., „The Jewish Merchants, Called Radanites”, *The Jewish Quarterly Review*, vol. 42, nr. 3, 1952, pp. 321-325
- Gauvard Claude, „Au Moyen-Âge aussi, informer c'est gouverner”, *La Revue des médias*, septembrie 2016
- Ibn Khurdadbeh, *Le Livre des Routes et des Provinces*, traducere în limba franceză de C. Barbier de Meynard, *Journal asiatique*, 1865, martie-aprilie și mai-iunie 1885, pp. 227-296 și 446-532
- Jamme Armand, „Écrire pour le pape du XIe au XIVe siècle. Formes et problèmes”, *Mélanges de l'École française de Rome-Moyen Âge*, vol. 128, nr. 1, 2016
- Lang Jean-Bernard, „Les juifs austrasiens dans le commerce international au Haut Moyen Âge VII-X siècles”, Académie nationale de Metz, 2007
- Leclerc Dom Jean, OSB, „Le genre épistolaire au Moyen Âge”, *Revue du Moyen Âge latin*, ianuarie 1946, pp. 63-70

- Martin Hervé, „Les sermons du Bas Moyen Âge. Un réexamen en cours”, *Revue d'histoire de l'Église de France*, „Un siècle d'histoire du christianisme en France”, tomul 86, nr. 217, 2000, pp. 447-458
- Offenstadt Nicolas, „Guerre civile et espace public à la fin du Moyen Âge. La lutte des Armagnacs et des Bourguignons”, în Laurent Bourquin și Philippe Hamon (ed.), *La Politisation. Conflits et construction du politique depuis le Moyen Âge*, Presses universitaires de Rennes, 2010
- Petitjean Johann, „The Papal Network: How the Roman Curia Was Informed about Southeastern Europe, the Ottoman Empire and the Mediterranean”, în Joad Raymond, Noah Moxham, *News Networks in Early Modern Europe*, Brill, 2016, pp. 178-192
- Saige Gustave, „La Papauté au Moyen Âge. Nicolas Ier, Grégoire VII, Innocent III, Boniface VIII. Études sur le pouvoir pontifical, par Félix Rocquain...”, *Bibliothèque de l'École des chartes*, tomul 43, 1882, pp. 367-372
- Shagrir Iris, „Pilgrimage in the Rhetoric of the Jerusalem Liturgy in the Twelfth Century”, în *Les Récits de pèlerinage à Jérusalem au Moyen Âge: nouvelles sources, nouvelles lectures*, Journée d'étude au Centre de recherche français à Jérusalem, 15 martie 2016

Capitolul 3. Revoluția tiparului (Din 1400 pînă în 1599)

Studii

- Baye Nicolas (de), *Journal. 1400-1417*, Renouard, 1888
- Eisenstein Elizabeth L., *La Révolution de l'imprimé à l'aube de l'Europe moderne*, traducere în limba franceză de M. Duchamp și M. Sissung, La Découverte, 1991
- Edwards Mark U. Jr., *Printing, Propaganda, and Martin Luther*, University of California Press, 1994
- Palma-Cayet Pierre-Victor, Buchon Jean Alexandre C., *Palma Cayet: avec notices biographiques. Chronologie novénnaire contenant l'histoire de la guerre sous le règne du très chrestien roy de France et de Navarre Henry IV*, vol. 1, Desrez, 1836

Publicații științifice/specializate

- Ancel René, „Étude critique sur quelques recueils d'avvisi”, *Mélanges d'archéologie et d'histoire*, tomul 28, 1908, pp. 115-139
- Chopard Michel, „En marge de la grande érudition, un amateur éclairé: Pierre de L'Estoile”, în *Histoire et littérature. Les écrivains et la politique*, PUF, col. „Publications de l'Université de Rouen. Série littéraire”, 42, 1977
- Beaune Colette, „La rumeur dans le *Journal du Bourgeois de Paris*”, în *La Circulation des nouvelles au Moyen Âge*, Actes des congrès de la Société des historiens médiévistes de l'enseignement supérieur public, 24e congrès, Avignon, 1993, pp. 191-203
- Briand Julien, „Foi, politique et information en Champagne au XVe siècle”, *Revue historique*, vol. 653, nr. 1, 2010, pp. 59-97
- Debarbieux Bernard, Fontaine Laurence, „Histoire du colportage en Europe (XVe-XIXe siècle)”, *Revue de géographie alpine*, vol. 82, nr. 1, 1994, pp. 99-100
- Eisenstein Elizabeth L., Mansuy Gérard, „L'avènement de l'imprimerie et la Réforme”, *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*, anul 26, nr. 6, 1971, pp. 1355-1382
- Fargette Séverine, „Rumeurs, propagande et opinion publique au temps de la guerre civile (1407-1420)”, *Le Moyen Âge*, tomul CXIII, 2, 2007, pp. 309-334
- Fedele Clemente, „Un enigma di storia postale: la Repubblica veneta”, *Rivista dell'Istituto di studi storici postali*, „Archivio per la storia postale comunicazioni e società”, nr. 2, 1999; nr. 3, 1999
- Gantet Claire, „Katrin Keller, Paola Molino, *Die Fuggerzeitungen im Kontext. Zeitungssammlungen im Alten Reich und in Italien...*”, *Revue de l'IFHA*, februarie 2017
- Gauvard Claude, „Rumeur et gens de guerre dans le royaume de France au milieu du XVe siècle”, *Hypothèses*, nr. 1, 2001
- Guellec Dominique, „Gutenberg revisité. Une analyse économique de l'invention de l'imprimerie”, *Revue d'économie politique*, vol. 114, nr. 2, 2004, pp. 169-199
- Lüsebrink Hans-Jürgen, „La littérature des almanachs: réflexions sur l'anthropologie du fait littéraire”, *Études françaises*, vol. 36, nr. 3, 2000, pp. 47-64
- Mollier Jean-Yves, Carrez Maurice, „Libelles, brochures et propagande en Europe du XVIe au XXe siècles”, *Cahiers d'histoire. Revue d'histoire critique*, 90-91, 2003, pp. 11-17
- Petitjean Johann, „Compilation des nouvelles et écriture de l'actualité à Venise au XVIe siècle”, *Hypothèses*, vol. 13, nr. 1, 2010, pp. 73-82
- Petitjean Johann, „Mots et pratiques de l'information. Ce que aviser veut dire (XVIe-XVIIe siècles)”, *Mélanges de l'École française de Rome, Italie-Méditerranée*, 1222, 1, 2010

- Petitjean Johann, „Processus et procédures de diffusion de l'information sur la guerre turque en Italie (fin XVIe-début XVIIe siècle)”, în François Brizay (ed.), *Les Formes de l'échange. Communiquer, diffuser, informer de l'Antiquité au XVIIIe siècle*, PUR, 2012
- Petitjean Johann, „Imprimerie: une affaire internationale”, *L'Histoire*, nr. 71, aprilie 2016
- Petitjean Johann, „Comment l'Europe de la Renaissance inventa l'actualité”, *La Revue des médias*, 19 septembrie 2016
- Seguin Jean-Pierre, „L'information en France avant le périodique: 500 canards imprimés entre 1529 et 1631 (Suite)”, *Arts et traditions populaires*, vol. 11, nr. 2, 1963, pp. 119-145
- Van Houtte Hubert, „Un journal manuscrit intéressant (1557-1648). Les *Avvisi* du Fonds Urbinat et d'autres Fonds de la Bibliothèque Vaticane”, *Bulletin de la Commission royale d'Histoire. Académie royale de Belgique*, vol. 89, 1925, pp. 359-440

Articol online

- Petit Françoise, „Il y a cinq cent cinquante ans, Louis XI et la Poste aux chevaux”, 9 februarie 2014, www.echosdemeulan.fr/ily-a-cinq-cent-cinquante-ans-louis-xi-et-la-poste-aux-chevaux

Capitolul 4. Începuturile consemnării prezentului (Secolul al XVII-lea)

Studii

- Andries Lise, *Le Grand Livre des secrets. Le colportage en France aux XVIe et XVIIIe siècles*, Imago, 1994
- Bertaud Jean-Paul, *La Presse et le Pouvoir. De Louis XIII à Napoléon Ier*, Perrin, 2000
- Berengo Marino, *Giornali veneziani del Settecento*, Giangiacomo Feltrinelli, 1962

- Carrier Hubert, *La Presse de la Fronde (1648-1653): Les mazarinades. La conquête de l'opinion*, Droz, 1989
- Cucheval-Clarigny Athanase, *Histoire de la presse en Angleterre et aux États-Unis*, Amyot, 1857
- Feyel Gilles, *L'Annonce et la nouvelle. La presse d'information en France sous l'Ancien Régime (1630-1788)*, Voltaire Foundation, 2000
- Hatin Eugène, *Histoire politique et littéraire de la presse en France*, tome I, Poulet-Malassis et de Broise, 1859
- Lever Maurice, *Canards sanglants. Naissance du fait-divers*, Fayard, 1993
- Rétat Pierre (ed.), *La Gazette d'Amsterdam. Miroir de l'Europe au XVIIIe siècle*, Voltaire Foundation, 2001
- Sgard Jean (ed.), *Dictionnaire des journalistes. 1600-1789*, Voltaire Foundation, 1999
- Solomon Howard M., *Public Welfare, Science, and Propaganda in Seventeenth-Century France*, Princeton University Press, 1972

Publicații științifice/specializate

- Brétéché Marion, „Au XVIIe siècle, naissance du journalisme politique”, *La Revue des médias*, 15 octobre 2016
- Brétéché Marion, „L'utilité publique des journaux au XVIIIe siècle (ou comment un ministre autrichien a gouverné par les médias entre 1753 et 1770 à Bruxelles)”, *Revue d'histoire culturelle*, nr. 1, septembre 2020
- Dibon Paul, Labrousse Elisabeth, „Histoire des idées au XVIIe siècle”, *École pratique des hautes études. 4e section, Sciences historiques et philologiques*, Anuarul 1965-1966, pp. 363-373
- Dooley Brendan, „De bonne main: les pourvoyeurs de nouvelles à Rome au XVIIe siècle”, *Annales*, vol. 54, nr. 6, 1999, pp. 1317-1344
- Frearson Michael, „The Distribution and Readership of London Corantos in the 1620s”, *Serials and their Readers 1620*, 1914, pp. 1-25
- Griggio Claudio, „«La Galleria di Minerva» e Venezia: «la più saggia, la più giusta, la più forte di tutte le Repubbliche»”, *Cahiers d'études romanes*, nr. 12, 2005, pp. 13-24
- Guilbaud Juliette, „La circulation des imprimés jansénites entre les Provinces-Unies et la France au XVIIe siècle”, în Yves Krumenacker (ed.), *Entre calvinistes et catholiques. Les relations religieuses entre la France et les Pays-Bas du Nord (XVIe-XVIIIe siècles)*, PUR, 2010
- Lévrier Alexis, „Les fausses morts du Roi-Soleil, ou l'impossible contrôle de l'information”, *Le Temps des médias*, nr. 30, 2018

- Loofbourow Lili, „Dear Athenian Mercury: Questions and Answers from The First Advice Column in English”, *The Awl*, 2011
- Martin Marc, „Médias et publicité: les étapes d’une liaison séculaire”, în Martin Marc, *Histoire de la publicité en France*, Presses universitaires de Paris-Ouest, 2012, pp. 47-69
- Nord David Paul, „The Religious Roots of American Journalism 1630-1730”, *The Journal of American History*, vol. 77, nr. 1, iunie 1990, pp. 9-38
- Picq Jean, „Chapitre 14. Le siècle d’or hollandais. Les Provinces-Unies, terre des libertés”, în Jean Picq (ed.), *Une histoire de l’État en Europe. Pouvoir, justice et droit du Moyen Âge à nos jours*, Presses de Sciences Po, col. „Les Manuels de Sciences Po”, 2009, pp. 337-351
- Popkin Jeremy D., „À quoi peut-on comparer la presse d’ancien régime?”, *Société pour l’Histoire des médias*, 14 iunie 2002
- Van Eijnatten Joris, „Between Practice and Principle: Dutch Ideas on Censorship and Press Freedom, 1579-1795”, *Redescriptions. Yearbook of Political Thought and Conceptual History*, vol. 8, nr. 1, pp. 85-113

Articole online și site-uri

- Mercier-Faivre Anne Marie, „Gazette de Leyde: présentation”, www.gazettes18e.fr/gazette-leyde
- Slauter Will, „The Rise of the Newspaper. Richard R. John and Jonathan Silberstein-Loeb. Making News: The Political Economy of Journalism in Britain and America from the Glorious Revolution to the Internet”, 2015, hal.archives-ouvertes.fr/hal-01379274/document
- www.britannica.com/topic/publishing/The-flourishing-book-trade-1550-1800
- Dictionnaire des journaux (1600-1789)*, dictionnaire-journaux.gazettes18e.fr

Capitolul 5. Libertate de exprimare, ziaristică

și democrație (Secolul al XVIII-lea, înainte de revoluții)

Studii

- Andrews Alexander, *The History of British Journalism*, tomul II, *From the Foundation of the Newspaper Press in England, to the Repeal of the Stamp Act in 1855 (1859)*, Kessinger Publishing, 2010
- Brown Richard D., *Knowledge is Power: The Diffusion of Information in Early America, 1700-1865*, Oxford University Press, 1989
- Cucheval-Clarigny Athanase, *Histoire de la presse en Angleterre et aux États-Unis*, Amyot, 1857
- DeLeon T.C., *Four Years in Rebel Capitals: An Inside View of Life in the Southern Confederacy from Birth to Death*, Sagwan Press, 2015
- Feyel Gilles (ed.), *Dictionnaire de la presse française pendant la Révolution, 1789-1799*, tomul V, *La presse départementale*, Ferney-Voltaire, col. „Publications du Centre international d’Étude du XVIIIe siècle”, 15, 2005
- Labrosse Claude, *Naissance du journal révolutionnaire. 1789*, PUL, 1989
- Merritt, Juliette, *Beyond Spectacle: Eliza Haywood’s Female Spectators*, University of Toronto Press, 2004
- Popkin Jeremy, *La Presse de la Révolution. Journaux et journalistes (1789-1799)*, Odile Jacob, 2011
- Saint-Simon Louis de Rouvroy duc de, *Mémoires*, tomul V, 1714-1716, Y. Coirault (ed.), Gallimard, col. „Pléiade” 1985, pp. 207-208
- Seguin Jean-Pierre, „L’information en France avant le périodique: 500 canards imprimés entre 1529 et 1631 (Suite)”, *Arts et traditions populaires*, vol. 11, nr. 2, 1963, pp. 119-145
- Voltaire, *Conseils à un journaliste*, CECP Éditions, 2007

Publicații științifice/specializate

- Brétéché Marion, „La censure en Europe (XVIIe-XVIIIe siècles)”, *Encyclopédie d’histoire numérique de l’Europe*, online, 22 iunie 2020

- Espejo Carmen, „European Communication Networks in the Early Modern Age: A New Framework of Interpretation for the Birth of Journalism”, *Media History*, 2011, pp. 189-202
- Feyel Gilles, „Ville de province et presse d’information locale en France, dans la seconde moitié du XVIIIe siècle”, în Christian Delporte (ed.), *Médias et villes (XVIIIe-XXe siècle)*, Presses universitaires François-Rabelais, 1999
- Galliani R., „Le duc de La Rochefoucauld et Thomas Paine (deux lettres inédites de Thomas Paine au duc de la Rochefoucauld)”, *Annales historiques de la Révolution française*, anul 52, nr. 241, iulie-septembrie 1980, pp. 425-436
- Jeanneney Jean-Noël, „Voltaire contre les journalistes”, *L’Histoire*, nr. 339, februarie 2009
- Koon Helene, „Eliza Haywood and the «Female Spectator»”, *Huntington Library Quarterly*, vol. 42, nr. 1, 1978, pp. 43-55
- Kulstein David I., „The Ideas of Charles-Joseph Panckoucke, Publisher of the Moniteur Universel, on the French Revolution”, *French Historical Studies*, vol. 4, nr. 3, 1966, pp. 304-319
- Mollier Jean-Yves, Carrez Maurice, „Libelles, brochures et propagande en Europe du XVIe au XXe siècles”, *Cahiers d’histoire*, 90-91, 2003, pp. 11-17
- Parkinson Robert G., „Print, the Press, and the American Revolution”, *American History*, 3 septembrie 2015
- Pruitt Sarah, „How the US Post Office Has Delivered the Mail through the Decades”, *History*, 8 septembrie 2020
- Ricuperati Giuseppe, „I Giornali Italiani del XVIII Secolo: Studi e Ipotesi di Ricerca”, *Studi Storici*, vol. 25, nr. 2, 1984, pp. 279-303
- Schlesinger Arthur M., „The Colonial Newspapers and the Stamp Act”, *The New England Quarterly*, vol. 8, nr. 1, martie 1935, pp. 63-83
- Tucoc-Chala Suzanne, „La diffusion des Lumières dans la seconde moitié du XVIIIe siècle: Ch.-J. Panckoucke, un libraire éclairé (1760-1799)”, *Dix-huitième Siècle*, „Lumières et Révolution”, nr. 6, 1974, pp. 115-128
- Voltaire, *Jusqu’à quel point doit-on tromper le peuple* (1756), în *Œuvres complètes*, tomul XIV, text stabilit de Louis Moland, Garnier, 1883

Articole online și site-uri

Charles-Joseph Panckoucke (1736-1798), data.bnf.fr/12191986/charles-joseph-panckoucke
 1775-1783. La guerre d’indépendance américaine, www.herodote.net/La_guerre_d_Independance-synthese-53.php

Capitolul 6. Presa, „marele scut al libertății poporului” (1788-1830)

Studii

- Baecque Antoine (de), *La Caricature révolutionnaire*, Presses du CNRS, 1988
- Barker Hannah, *Newspapers, Politics, and Public Opinion in Late Eighteenth-century England*, Clarendon Press, 1998
- Beauchamp Alphonse (de), Giraud Pierre-François-Félix, Michaud Joseph-François, Coiffier de Verfeux Henri-Louis, *Biographie moderne, ou Dictionnaire biographique, de tous les hommes morts et vivans qui ont marqué à la fin du XVIIIe siècle...*, P.J. Besson, ed. a 2-a, 1807
- Buchez Philippe-Joseph-Benjamin, Roux Pierre-Célestin, *Histoire parlementaire de la Révolution française, ou Journal des assemblées nationales depuis 1789 jusqu'en 1815*, tomul II, Paris, 1834-1838
- Cabanis André, *La Presse sous le Consulat et l'Empire*, Société des études robespierristes, 1975
- Censer Jack Richard, *The French Press in the Age of Enlightenment*, Routledge, 1994
- Feyel Gilles (ed.), *Dictionnaire de la presse française pendant la Révolution, 1789-1799*, tomul I, *La presse départementale*, Ferney-Voltaire, col. „Publications du Centre international d'Étude du XVIIIe siècle”, 15, 2005
- Gallois Léonard, *Histoire des journaux et des journalistes de la Révolution française (1789-1796)*, vol. II, Bureau de la société de l'industrie fraternelle, 1846
- Groc Gérard, Çağlar Ibrahim, *La Presse française de Turquie de 1795 à nos jours. Histoire et catalogue*, Isis, 1985
- Popkin Jeremy D., *News and Politics in the Age of Revolution: Jean Luzac's Gazette de Leyde*, Cornell University Press, 1989
- Popkin Jeremy D., *La Presse de la Révolution. Journaux et journalistes, 1789-1799*, Odile Jacob, 2011
- Wood Gordon S., *The American Revolution: A History*, Modern Library, 2002

Zachs William, *The First John Murray and the Late Eighteen-Century Book Trade*, Oxford University Press, 1998

Publicații științifice/specializate

Albigès Luce-Marie, „L'ère nouvelle de la presse au début de la Révolution”, *Histoire par l'image*, noiembrie 2004

Aspinall A., „The Circulation of Newspapers in the Early Nineteenth Century”, *The Review of English Studies*, vol. 22, nr. 85, ianuarie 1946, pp. 29-43

Avellandea Morgane, „Napoléon et les journaux de la Campagne d'Égypte”, *Le Blog Gallica*, BNF, 30 septembrie 2019

Baecque Antoine (de), „Le commerce du libelle interdit à Paris (1790-1791)”, *Dix-huitième Siècle*, „Montesquieu et la Révolution”, nr. 21, 1989, pp. 233-246

Barrault Éric, „Lacretelle, un écrivain face à la Révolution française (1766-1855)”, *Annales historiques de la Révolution française*, nr. 333, 2003, pp. 67-83

Bertaud Jean-Paul, „Histoire de la presse et Révolution”, *Annales historiques de la Révolution française*, nr. 285, 1991, pp. 281-298

Bertaud Jean-Paul, „Napoléon journaliste: les bulletins de la gloire”, *Le Temps des médias*, vol. 1, nr. 4, 2005, pp. 10-21

Bourdin Philippe, „E'tre républicain sous le directoire. Les journaux «néo-jacobins» de l'Allier avant et après le 18 fructidor”, *Annales historiques de la Révolution française*, nr. 351, 2008, pp. 29-57

Bourdin Philippe, „Les poètes de la Révolution dans l'*Almanach des Muses*”, *La Révolution française*, nr. 7, 2014

Dittrich Julia, „We Have to Record the Downfall of Tyranny”: *The London Times Perspective on Napoleon Bonaparte's Invasion of Russia (2012)*, Electronic Theses and Dissertations, Paper 1457

Dorigny Marcel, „Le *Mercure national* et Révolutions de l'Europe. Bref aperçu historique”, *Archives et documents de la Société d'histoire et d'épistémologie des sciences du langage*, Seconde série, nr. 1, 1989, pp. 9-11

Duprat Annie, „Un réseau de libraires royalistes à Paris sous la Terreur (I)”, *Annales historiques de la Révolution française*, nr. 321, 2000, pp. 45-68

Fajn Max, „Charles-François Duval. Journaliste et homme d'État (1750-1829)”, *Annales de Bretagne*, vol. 79, nr. 2, 1972, pp. 417-424

Feyel Gilles, „Le journalisme au temps de la Révolution: un pouvoir de vérité et de justice au service des citoyens”, *Annales historiques de la Révolution française*, nr. 333, 2003, pp. 21-44

- Giudicelli Marie-Anne, „Le journal de Louis XVI et de son peuple ou le défenseur de l'autel, du trône et de la patrie”, *Annales historiques de la Révolution française*, nr. 285, 1991, pp. 299-324
- Godechot Jacques, „Le *Journal de Perlet* pendant la réaction thermidorienne”, *Revue du Nord*, „Liber Amoricum. Mélanges offerts à Louis Trenard”, vol. 66, nr. 261-262, avril-septembre 1984, pp. 723-732
- Guilhaumou Jacques, „Antoine Tournon, un journaliste patriote à l'épreuve des principes”, *Annales historiques de la Révolution française*, nr. 351, 2008, pp. 3-27
- Nevins Allan, „American Journalism and its Historical Treatment”, *Journalism Quarterly*, 1959, pp. 411-422
- Popkin Jeremy D., „La presse et les événements politiques en France, 1789-1799”, *Mélanges de l'École française de Rome*, „Italie et Méditerranée”, tome 104, nr. 1, 1992, pp. 161-173
- Shlapentokh Dmitry, „The French Revolution in Russian Political Life: the Case of Interaction Between History and Politics”, *Revue des études slaves*, „Les Slaves et la Révolution française”, tome 61, fasc. 1-2, 1989, pp. 131-142
- Tulard Jean, „L'ère napoléonienne: Problèmes et perspectives de recherches”, in *Consortium on Revolutionary Europe. 1750-1850*, 1976, pp. 1-6
- Wauters Eric, „Presse francophone et Révolution: la lecture de l'événement (1789-1793)”, *Cahiers d'histoire*, 94-95, 2005, pp. 197-210

Article online

- Faircloth Kelly, „British Life during the Napoleonic Wars, Jezebel”, 18 iunie 2015
- Pérès Jean, „Petite histoire de la distribution de la presse (1/3): les origines de Presstalis”, Acrimed, 21 noiembrie 2018
- Thomas – J.D., „The Postal Act: A Free Press, Personal Privacy and National Growth”, 20 februarie 2011, www.accessible-archives.com/2011/02/the-postal-act-of-1792
- Wallart Cl., Douyère-Demeulenaere Ch., „Le télégraphe Chappe”, martie 2016, histoire-image.org/fr/etudes/telegraphe-chappe
- „The Early Nineteenth-Century Newspaper Boom”, americanantiquarian.org/earlyamericannewsmedia/exhibits/show/news-in-antebellum-america/the-newspaper-boom
- „Presse durant la Révolution et l'Empire”, Gallica: <https://gallica.bnf.fr/html/und/presse-et-revues/presse-durant-la-revolution-et-lempire?-mode=desktop>

„British Newspaper Coverage of the French Revolution”, University of California,
Santa Barbara, 17 februarie 2000
„1st British rule 1795”, capetownhistory.com/?page_id=142

Capitolul 7. A ști totul, înaintea celorlalți (1830-1871)

Studii

- Attali Jacques, *Les Juifs, le monde et l'argent*, Fayard, 2002
- Bajac Quentin (de), *La Photographie. L'époque moderne, 1880-1960*, Gallimard, 2005
- Bellanger Claude, Godechot Jacques et al. (ed.), *Histoire générale de la presse française*, tomul II, *De 1815 à 1871*, PUF, 1969
- Bertho Catherine, *Télégraphes et téléphones de Valmy au microprocesseur*, LGF, 1981
- Fahmy Khaled, *All the Pasha's Men: Mehmed Ali, his Army and the Making of Modern Egypt*, Cambridge University Press, 1997
- Kalifa Dominique, Régnier Philippe, Thérenty Marie-Ève, Vaillant Alain (ed.), *La Civilisation du journal. Histoire culturelle et littéraire de la presse au XIXe siècle*, Nouveau Monde, 2012
- Kyberd Alain, *L'État et les télécommunications en France et à l'étranger, 1837-1987*, Droz, 1991
- Lange William (de), *A History of Japanese Journalism: Japan's Press Club at the Last Obstacle to a Mature Press*, Psychology Press, 1998
- Pincas Stéphane, Loiseau Marc, *Née en 1842. Une histoire de la publicité*, Taschen, 2008
- Ploux François, *De bouche à oreille. Naissance et propagation des rumeurs dans la France du XIXe siècle*, Aubier, 2003
- Taylor Sally J., *The Great Outsiders: Northcliffe, Rothermere and the Daily Mail*, Weidenfeld & Nicolson, 1996
- Thérenty Marie-Ève, Vaillant Alain, *Presse et plumes. Journalisme et littérature au XIXe siècle*, Nouveau Monde Éditions, 2004
- Thevenin Henri, *Les Créateurs de la grande presse en France. Émile de Girardin, H. de Villemessant, Moïse Millaud*, Spes, 1934

Tortarolo Edoardo, *The Invention of Free Press: Writers and Censorship in Eighteenth Century Europe*, Springer, 2016

Publicații științifice/specializate

Ambroise-Rendu Anne-Claude, „Du dessin de presse à la photographie (1878-1914): histoire d’une mutation technique et culturelle”, *Revue d’histoire moderne et contemporaine*, „Pour une histoire culturelle du contemporain”, tomul 39, nr. 1, ianuarie-martie 1992, pp. 6-28

Auvert Julien, „De la censure du front aux colonnes parisiennes: l’Agence Havas, l’information et la guerre civile espagnole”, *Le Temps des médias*, vol. 1, nr. 16, 2011, pp. 52-62

Chunming Li, Wei Zhang, „Microfilming and Digitalization of Newspapers in China”, Pre-conference of WLIC 2006 Preservation and Conservation in Asia National Diet Library, Tokyo, 16 și 17 august 2006

Iwao Seiichi *et al.*, „372. Shimbun”, *Dictionnaire historique du Japon*, vol. 18, 1992, Lettre S (2), p. 41

Soltow Lee, Stevens Edward, *The Rise of Literacy and the Common School in the United States: A Socioeconomic Analysis to 1870*, University of Chicago Press, 1981

Articole online

Izadi Elahe, „How Newspapers Covered Abraham Lincoln’s Assassination 150 Years Ago”, *The Washington Post*, 14 aprilie 2015

„Histoire de la photographie”, photo-museum.org/fr/histoire-photographie.
www.britannica.com/topic/The-New-York-Times –

„Fenton Roger – (1819-1869)”, *Encyclopaedia Universalis*.

Capitolul 8. Transpunerea în practică a inovațiilor (1871-1918)

Studii

- Adamthwaite Anthony, *Grandeur and Misery: France's Bid for Power in Europe 1914-1940*, Bloomsbury Academic/First Edition, 1995
- Ahmed Salahuddin, *Social Ideas and Social change in Benghal, 1818-1935*, Brill, 1965
- Bellanger Claude, Godechot Jacques *et al.* (ed.), *Histoire générale de la presse française*, tomul III, *De 1871 à 1940*, PUF, 1972
- Faber Doris, *Printer's Devil to Publisher: Adolph Ochs of „The New York Times”*, Black Dome Press, 1996
- Haüy Valentin, *Mémoire historique abrégé sur les télégraphes en général et sur les diverses tentatives faites jusqu'à ce jour pour en introduire l'usage en Russie*, Verlag nicht ermittelbar, 1810
- Jeanneney Jean-Noël, *Les Grandes Heures de la presse*, Flammarion, 2019
- Lee A.J., *The Origins of the Popular Press 1855-1914*, Rowman & Littlefield, 1976
- Palmer Michael B., *Des petits journaux aux grandes agences*, Aubier, 1983
- Séguy Christiane, *Histoire de la presse japonaise. Le développement de la presse à l'époque Meiji et son rôle dans la modernisation du Japon*, POF, 1993
- Seray Jacques, *Pierre Giffard. Précurseur du journalisme moderne*, Le Pas d'oiseau, 2008

Publicații științifice/specializate

- Baylen J.O., „The New Journalism in Late Victoria Britain”, *Australian Journal of Politics & History*, 1972, pp. 367-385
- Delporte Christian, „Jules Verne et le journaliste. Imaginer l'information du XXe siècle”, *Le Temps des médias*, 4, 1, 2005, pp. 201-213
- Figuier Louis, „La télégraphie aérienne et la télégraphie électrique”, *La Revue des Deux Mondes*, vol. 3, nr. 4, 1849, pp. 594-622
- Fischer Gerhard, *100 Jahre Berliner Morgenpost, Berlinische Monatsschrift (Luisenstädtischer Bildungsverein)*, Heft 9, 1998

- Fukuchi Ôchi, Shinbunshi jitsurekin, „Ma vraie histoire du journal”, în Christiane Séguy (ed.), *Du sabre à la plume. Mémoires de journalistes engagés de l'époque Meiji*, Presses universitaires de Strasbourg, 2014
- Gina-Carmen Ionescu, *Les Agences de presse de Roumanie et la circulation internationale de l'information (1877-1940). Architecture, aménagement de l'espace*, teză, Université de la Sorbonne nouvelle-Paris III, 2014
- Goulemot Jean-Marie (ed.), *Les Représentations de l'affaire Dreyfus dans la presse en France et à l'étranger*, Actes du colloque de Saint-Cyr-sur-Loire (noiembrie 1994), *Littérature et Nation* (Numéro spécial – Hors-série), 1994
- Huffman James L., „Years of Power at Nichi Nichi: 1874-1881”, *Politics of the Meiji Press: The Life of Fukuchi Gen'Ichirō*, University of Hawai'i Press, 1980, pp. 61-104
- Lamont Ian, *The Rise of the Press in Late Imperial China*, Harvard Extension School, Prof. Matthew Battles, 27 noiembrie 2007
- Luckhurst Tim, „War Correspondents”, în Daniel Ute et al. (ed.), *1914-1918-online: International Encyclopedia of the First World War*, Freie Universität Berlin, 2016-03-15
- Martin Laurent, „De l'anarchisme à l'affairisme: les deux vies d'Eugène Merle, homme de presse (1884-1946)”, *Revue Historique*, vol. 301, nr. 4 (612), 1999, pp. 89-808
- McEwen John M., „The National Press during the First World War: Ownership and Circulation”, *Journal of Contemporary History*, vol. 17, nr. 3, 1982, pp. 459-486
- Pinolle Dominique, „Le Matin, les affaires et la politique, 1884-1897”, *Le Mouvement Social*, vol. 3, nr. 232, 2010, pp. 91-107
- Tillier Bertrand, „La caricature antisémite pendant l'affaire Dreyfus”, *Hommes et Migrations*, „Vers une politique migratoire européenne”, nr. 1216, noiembrie-decembrie 1998, pp. 93-103
- Véray Laurent, „1914-1918, the First Media War of the Twentieth Century: The Example of French Newsreels”, *Film History: An International Journal*, vol. 22, nr. 4, 2010, pp. 408-425
- Wrona Adeline, „Mots à crédit: L'Argent, de Zola, ou la presse au cœur du marché de la confiance”, *Romantisme*, vol. 1, nr. 151, 2011, pp. 67-79

Articole online

- Brodziak Sylvie, „Clemenceau américain, journaliste et épistolier”, *Médias 19*: www.medias19.org/index.php?id=291#ftn1

Cadiot Jean-Michel, „Marc Sangnier: un message d’une extraordinaire actualité”, *Le Monde*, 3 iunie 2010: [www.lemonde.fr/idees/article/ 2010/ 06/03/marc-sangnier-un-message-d-une-extraordinaire-actualite-par-jean-michel-cadiot_1366883_3232.html](http://www.lemonde.fr/idees/article/2010/06/03/marc-sangnier-un-message-d-une-extraordinaire-actualite-par-jean-michel-cadiot_1366883_3232.html)

Gaston-Breton Tristan, „Guglielmo Marconi”, www.lesechos.fr/2011/08/guglielmo-marconi-1090763

Lorrain François-Guillaume, „La vie politique américaine vue par... Clemenceau”, *Le Point*, 24 august 2020: https://www.lepoint.fr/postillon/la-vie-politique-americaine-vue-par-clemenceau-24-08-2020-2388708_3961.php#xtmc=lorrain-clemenceau&xtnp=1&xtcr=1

Shapiro Walter, „How America’s Newspapers Covered up a Pandemic”, *New Republic*, 31 martie 2020

Thermeau Gérard-Michel, „Jean Dupuy: l’homme de la presse populaire”, *Contrepoints*, 19 iunie 2016

Document oficial

Convenția de la Haga, 1899

Site

The News Media and the Making of America, 1730-1865
<https://americanantiquarian.org/earlyamericannewsmedia/>

Capitolul 9. A citi în continuare, a auzi în sfârșit,

a vedea în curînd (1919-1945)

Studii

- Adamthwaite Anthony, *Grandeur and Misery: France's Bid for power in Europe 1914-1940*, Bloomsbury Academic, 1995
- Asahi Shimbun Company, *Media, Propaganda and Politics in 20th century Japan*, Bloomsbury Publishing, 2015
- Attali Jacques, *Gandhi ou l'éveil des humiliés*, Fayard, 2007
- Baldwin Thomas F., McVoy D. Stevens, *Cable Communication*, ediția a II-a, Prentice-Hall, 1988
- Bröhan Margit, Wolff Theodor, *Erlebnisse, Erinnerungen, Gedanken im südfranzösischen Exil*, Boldt, 1982
- Chateau René, *Le Cinéma sous l'Occupation. 1940-1944*, Éd. René Chateau, 1996
- Craig Douglas B., *Fireside Politics: Radio and Political Culture in the United States, 1920-1940*, Johns Hopkins University Press, 2005
- Courban Alexandre, *L'Humanité de Jean Jaurès à Marcel Cachin – 1904-1939*, Les Éditions de l'Atelier, 2014
- Dioudonnat Pierre-Marie, *L'Argent nazi à la conquête de la presse française. 1940-1944*, Jean Picollec, 1981
- Favre Muriel, *La Propagande radiophonique nazie*, INA Éditions, col. „Médias histoire”, 2014
- Flanner Janet, *Paris, Germany... Reportagen aus Europa 1931-1950*, Antje Kunstmann, 1992
- Gilles Christian, *Le Cinéma des années quarante par ceux qui l'ont fait*, L'Harmattan, 2001
- Halberstam David, *The Powers That Be*, University of Illinois Press, 2000
- Herf Jeffrey, *L'Ennemi juif. La propagande nazie, 1939-1945*, Calmann-Lévy, 2011
- Lenthall Bruce, *Radio's America: The Great Depression and the Rise of Modern Mass Culture*, University of Chicago Press, 2007
- Londres Albert, *Au Bagne*, Albin Michel, 1923
- Lovell Stephen, *Russia in the Microphone Age: A History of Soviet Radio, 1919-1970*, Oxford University Press, 2015
- Ory Pascal, *Les Collaborateurs. 1940-1945*, Seuil, col. „Points/Histoire”, 1976
- Richard Lionel, *Goebbels. Portrait d'un manipulateur*, André Versaille, 2008

- Sharf Andrew, *The British Press and Jews under Nazi Rule*, Oxford University Press, 1964
- Steinbeck John, *Les Raisins de la colère*, traducere în limba franceză de M. Duhamel și M.-E. Coindreau, Gallimard, 1947
- Welch David, *Persuading the People: British Propaganda in World War II*, British Library, 2016

Publicații științifice/specializate

- Aslangul Claire, „Guerre et cinéma à l'époque nazie. Films, documentaires, actualité et dessins animés au service de la propagande”, *Revue historique des armées*, 2008, pp. 16-26.
- Bar-Hen Avner, Zylberman Patrick, „La presse parisienne et la grippe «espagnole» (1918-1920)”, *Les Tribunes de la santé*, vol. 2, nr. 47, 2015, pp. 35-49
- Boissarie François, „Juin 1926: Naissance de la FIJ à Paris”, în Anthony Bellanger (ed.), *IFJ Special Magazine „90 years of stories”*, Revistă specială editată cu ocazia celui de-al 29-lea Congres al Federației Internaționale a Ziariștilor la Angers
- Bouron Françoise, „La grippe espagnole (1918-1919) dans les journaux français”, *Guerres mondiales et conflits contemporains*, vol. 1, nr. 233, 2009, pp. 83-91
- Bretèque François (de la), „Les actualités filmées françaises”, *Vingtième Siècle, revue d'histoire*, „Nations, états-nations, nationalismes”, nr. 50, aprilie-iunie 1996, pp. 137-140
- Depretto Catherine, „La censure à la période soviétique, 1917-1953: état de la recherche”, *Revue des études slaves*, vol. 73, nr. 4, 2001, pp. 651-665
- Duccini Hélène, „La «gloire médiatique» d'Alexandra David-Néel”, *Le Temps des médias*, nr. 8, ianuarie 2007, pp. 130-141
- Dupont Françoise, „Les lecteurs de la presse: une audience difficile à mesurer”, *Le Temps des médias*, nr. 3, februarie 2004, pp. 142-150
- Eyguesier Jean-Luc, „La BBC: le modèle anglais au rayonnement international”, *La Revue des médias*, INA, 29 septembrie 2010 (actualizat pe 6 februarie 2019)
- Fathil Fauziah, „Japanese Propaganda in War-time Malaya: Main Issues in Malai Shinpo and Syonan Shinbun”, *Journal of Media and Information Warfare*, vol. 10, 2017, pp. 1-23
- Gotovitch José, „Photographie de la presse clandestine de 1940”, *Cahiers d'histoire de la Seconde Guerre Mondiale*, nr. 2, 1972, pp. 113-156
- Goldman Aaron L., „Press Freedom in Britain during World War II”, *Journalism History*, vol. 22, 1997, pp. 146-155

- Harmsworth Alfred, „The Simultaneous Newspapers of the Twentieth Century”, *The North American Review*, vol. 172, nr. 530, 1901, pp. 72-90
- L'Héritier Anne-Marie, „Les actualités cinématographiques: les conditions de production et d'exploitation du Pathé-Journal (1920-1940)”, *Cahiers de la Méditerranée*, „Recherches d'histoire du cinéma”, nr. 16-17, 1978, pp. 55-72
- MacKinnon Stephen R., „Toward a History of the Chinese Press in the Republican Period”, *Modern China*, vol. 23, nr. 1, 1997, pp. 3-32
- Mari Will, „Technology in the Newsroom. Adoption of the Telephone and the Radio Car from c. 1920 to 1960”, *Journalism Studies*, vol. 19, 2018, pp. 1366-1389
- Martin Marc, „Le marché publicitaire français et les grands médias (1918-1970)”, *Vingtième Siècle, revue d'histoire*, nr. 20, octombrie-décembre 1988, pp. 75-90
- Martin Marc, „Brouillard sur la diffusion de la presse française durant l'entre-deux-guerres”, *Matériaux pour l'histoire de notre temps*, „Le secret en histoire”, nr. 58, 2000, pp. 54-56
- Méadel Cécile, „Le journal parlé”, *Réseaux*, „Les professionnels de la communication”, vol. 3, nr. 15, 1985, pp. 91-108
- Meusy Jean-Jacques, „La diffusion des films de «non-fiction» dans les établissements parisiens”, 1895, *Revue d'Histoire du Cinéma*, „Images du réel. La non-fiction en France (1890-1930)”, nr. 18, 1995, pp. 168-199
- Pasquier Roger, „Les débuts de la presse au Sénégal”, *Cahiers d'études africaines*, vol. 2, nr. 7, 1962, pp. 477-490
- Pradié Christian, „L'irrésistible montée des études de marché dans la presse française (1920-1990)”, *Le Temps des médias*, nr. 3, februarie 2004, pp. 126-137
- Seul Stéphanie, „«A Menace to Jews Seen If Hitler Wins»: British and American Press Comment on German Antisemitism 1918-1933”, *Jewish Historical Studies*, vol. 44, 2012, pp. 75-102.
- Slauter Will, „The Rise of the Newspaper”, în Richard R. John și Silberstein-Loeb Jonathan, *Making News: The Political Economy of Journalism in Britain and America from the Glorious Revolution to the Internet*, Oxford University Press, 2015
- Tétu Jean-François, „Le journalisme mis en scène. Mises en page et illustrations au début du XX^e siècle”, în Roger Bautier (ed.), *La Presse selon le XIX^e siècle*, Université Paris III, pp. 137-154, 1997
- Trinkner Bradley, *Bolshevik Voices: Radio Broadcasting in the Soviet Union, 1917-1991*, Theses and Dissertations, 545, 2014, rdw.rowan.edu/etd/545
- Tudesq André-Jean (ed.), „Chapitre II. La presse à l'époque de l'expansion coloniale”, *Feuilles d'Afrique. Étude de la presse de l'Afrique subsaharienne*, Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, 1995, pp. 23-58

Article online

- Bensimon Cyril, „Génocide rwandais: une journaliste de Radio Mille Collines témoigne”, *Le Monde*, 26 februarie 2014: https://www.lemonde.fr/afrique/article/2014/02/26/proces-du-genocide-rwandais-une-journaliste-de-radio-mille-colline-temoigne_4373285_3212.html
- Butchard George, „La voix soviétique qui faisait enrager Hitler”, *Russia Beyond*, 21 octombrie 2013, https://fr.rbth.com/ps/2013/10/21/la_voix_sovietique_qui_faisait_enrager_hitler_26253
- Lepidi Pierre, „Au Rwanda, les funestes échos de Radio-Mille Collines”, *Le Monde*, 8 aprilie 2019: https://www.lemonde.fr/afrique/article/2019/04/08/au-rwanda-les-funestes-echos-de-la-radio-des-mille-collines_5447242_3212.html
- Rogatchevskaia Katya, „Second World War Soviet Propaganda”, *European Studies Blog*, 19 august 2013: <https://blogs.bl.uk/european/2013/08/second-world-war-soviet-propaganda.html>
- Solonel Julien, „Années 1920, Années folles: en 1923, premier direct de radio pour un match de boxe”, *Le Parisien*, 1 august 2020: <https://www.leparisien.fr/culture-loisirs/tv/annees-1920-annees-folles-en-1923-premier-direct-de-radio-pour-un-match-de-boxe-01-08-2020-8362071.php>
- „20 août 1944: un petit groupe de résistants crée l'AFP”, *L'Obs*, august 2019, <https://www.nouvelobs.com/medias/20190812.AFP2303/20-aout-1944-un-petit-groupe-de-resistants-cree-l-afp.html>
- „20 août 1944: dans Paris insurgé, l'AFP est créée”, *AFP*, august 2014, [making-of.afp.com/20-aout-1944-dans-paris-insurge-la-fp-est-creee](https://www.afp.com/20-aout-1944-dans-paris-insurge-la-fp-est-creee)
- „MORT DE M. Léon ROLLIN directeur de «Démocratie 62»”, *Le Monde*, 12 noiembrie 1962, www.lemonde.fr/archives/article/1962/11/12/mort-de-m-leon-rollin-directeur-de-democratie-62_2360048_1819218.html
- „2LO Calling: The Birth of British Public Radio”, *Science Museum*, 30 octombrie 2018, <https://www.sciencemuseum.org.uk/objects-and-stories/2lo-calling-birth-british-public-radio>

Capitolul 10. Vîrsta de aur a celor trei canale media (1945-2000)

Studii

- Banerji Arup, *Writing History in the Soviet Union: Making the Past Work*, Routledge, 2017
- Briggs Asa, *The History of Broadcasting in the UK*, vol. III, Oxford University Press, 1970
- Cayrol Roland, *Les Médias. Presse écrite, radio, télévision*, PUF, 1991
- Davies David R., *The Postwar Decline of American Newspapers, 1945-1965*, Greenwood Publishing Group, 2006
- Dioh Tidiane, *Histoire de la télévision en Afrique noire francophone, des origines à nos jours*, Karthala, 2009
- Guisnel Jean, „Libération”, *la biographie*, La Découverte, [1999] 2003
- Jarvik Laurence Ariel, *PBS: Behind the Screen*, Forum, 1997
- Kelly Mary J., Mazzoleni Gianpietro, McQuail Denis (ed.), *The Media in Europe: The Euromedia Handbook*, Sage Publications, 2004
- Missika Jean-Louis, *La Fin de la télévision*, Seuil, col. „La République des idées”, 2006
- Ofusa Junnosuke, *A Journalist's Memoir: 50 Years' Experience in an Eventful Era*, Tokyo Bureau, New York Times, 1982
- Palmer Michael B., *Des petits journaux aux grandes agences. Naissance du journalisme moderne, 1863-1914*, Aubier, 1983
- Ponce de Leon Charles L., *That's the Way it Is: A History of Television News in America*, University of Chicago Press, 2015
- Pozner Vladimir, *Parting with Illusions: The Extraordinary Life and Controversial Views of the Soviet Union's Leading Commentator*, Avon Books, 1991
- Rafter Kevin, O'Brien Mark, *Independent Newspapers. A History*, Four Courts Press, 2012
- Sperber A.M., *Murrow: His Life and Times*, Fordham University Press, 1986
- Van Dijk Ruud, Gray William Glenn, Savranskaya Svetlana, Suri Jeremi, Zhai Qiang, *Encyclopedia of the Cold War*, Routledge, 2013

Publicații științifice/specializate

- Balle Francis, „L'observation des audiences en France depuis 1945”, *La Revue des médias*, INA, 24 septembre 2013 (actualizat pe 18 martie 2019)
- Benn David Wedgwood, „The Russian Media in Post-Soviet Conditions”, *Europe-Asia Studies*, vol. 48, nr. 3, 1996, pp. 471-479
- Bernstein Mark, „Edward R. Murrow: Inventing Broadcast Journalism”, *American History Magazine*, 2005
- Boddy William, „The Studios Move into Prime Time: Hollywood and the Television Industry in the 1950s”, *Cinema Journal*, vol. 24, nr. 4, 1985, pp. 23-37
- Bourgeois Isabelle, „Les médias dans l'Allemagne unie”, în Isabelle Bourgeois (ed.), *Allemagne, les chemins de l'unité. Reconstruction d'une identité en douze tableaux*, IFAEE, col. „Travaux et documents du CIRA”, 2011, pp. 143-166
- Buhks Nora, „La glasnost et les moyens d'information de masse soviétiques”, *Revue des études slaves*, „Les médias en URSS à l'heure de la Glasnost”, vol. 62, fasc. 3, 1990, pp. 551-553
- Campbell Christopher E., „Murder Media Does – Media Incite Violence and Lose First Amendment Protection?”, *76 Chi.-Kent L. Rev.*, 637, 2000
- Chessel Marie-Emmanuelle, „L'enseignement de la publicité en France au XXe siècle”, *Le Temps des médias*, nr. 2, 2004, pp. 137-149
- Courdy Jean-Claude, „La presse au Japon”, *Communication et langages*, nr. 8, 1970, pp. 102-110
- Coyne Fumiko Hoshida, *Censorship of Publishing in Japan, 1868-1945*, M.A. thesis, University of Chicago, 1967
- Dakhliia Jamil, Robinet François, „Présentation. Afrique(s): les médias entre histoire et mémoires”, *Le Temps des médias*, nr. 26, 2016, pp. 5-25
- Daucé Françoise, „Les journalistes soviétiques durant la glasnost à travers l'exemple des animateurs de l'émission Vzgliad”, *La Revue russe*, „La perestroïka de Gorbatchev: piteuse déconfiture ou réussite historique?”, nr. 38, 2012, pp. 69-81
- Delporte Christian, „Quand l'info devient instantanée”, *La Revue des médias*, „Du Néolithique au numérique, une histoire de l'information”, episodul 8, 20 octombrie 2016
- Dioh Tidiane, „La télévision en Afrique subsaharienne, une histoire contrastée”, *La Revue des médias*, 22 iunie 2015
- Durand Jacques, „Les audiences de la radio”, *Réseaux*, „La radio”, vol. 10, nr. 52, 1992, pp. 139-143
- Durand Jacques, „Les études sur l'audience de la radiotélévision en France”, *Quaderni*, nr. 35, primăvara 1998, „Les publics: généalogie de l'audience télévisuelle”, pp. 79-92

- Éveno Patrick, „Médias et publicité: une association équivoque mais indispensable”, *Le Temps des médias*, nr. 2, 1 2004, pp. 17-27
- Gunther Marc, „L'information télévisée aux USA: un business comme les autres”, *Communication et langages*, „Trois pas sur la toile”, nr. 124, trimestrul al II-lea, 2000, pp. 24-44
- Hadyniak Kyle, „How Journalism Influenced American Public Opinion During the Vietnam War: A Case Study of the Battle of Ap Bac, The Gulf of Tonkin Incident, The Tet Offensive, and the My Lai Massacre” (2015), *Honors College*, 222
- Haller Michael, „La Presse en Allemagne”, *Communication et langages*, „L'université d'été de la communication”, nr. 121, trimestrul al III-lea, 1999, pp. 15-26
- Hopkins Alexander E., „Roland Reagan's Presidential Radio Addresses: Themes of Unity”, *Inquiries Journal*, vol. 5, nr. 4, 2013
- Kaplan Hélène, Pardon Catherine, „La transformation de la presse soviétique à la fin de la perestroïka”, *Matériaux pour l'histoire de notre temps*, „Médias dans le mouvement social contemporain”, nr. 46, 1997, pp. 12-17
- Kerblay Basile, „À propos des «Médias en URSS à l'heure de la glasnost»”, *Cahiers du monde russe et soviétique*, vol. 32, nr. 3, iulie-septembrie 1991, pp. 425-429
- Klimentov Vassily, „Kommersant: un quotidien à l'occidentale dans la Russie postsoviétique”, *La Revue des médias*, INA, 25 mai 2012 (actualizat 6 februarie 2019)
- Marhuenda Jean-Pierre, „L'évolution des comportements de lecture”, *Quaderni*, „Crise et presse écrite”, nr. 24, toamna 1994, pp. 105-121
- Martin Marc, „Médias, journalistes et pouvoir politique en France, des débuts de la Troisième République aux années 1980”, *Communication*, vol. 17, nr. 2, decembrie 1996, pp. 216-245
- Martin Marc, „Médias et publicité: les étapes d'une liaison séculaire”, în *Histoire de la publicité en France*, Presses universitaires de Paris Nanterre, 2012, pp. 47-69: books.openedition.org/pupo/3982
- Martin Stéphane, „Le siècle de la publicité”, *Hermès*, nr. 70, 2014, pp. 102-105
- Méadel Cécile, „L'audimat ou la conquête du monopole”, *Le Temps des médias*, vol. 3, nr. 2, 2004, pp. 151-159
- Mihelj Sabina, „TV in the USSR, Screening Socialism”, Loughborough University
- Moiron Pascal, „La guerre d'Espagne (sur)exposée dans la presse française”, *Diacronie*, nr. 7, 2011
- Mouillaud Maurice, „Le système des journaux (Théorie et méthodes pour l'analyse de presse)”, *Langages*, „Socio-linguistique”, anul 3, nr. 11, 1968, pp. 61-83
- Mousseau Jacques, „La télévision au Japon”, *Communication et langages*, nr. 59, trimestrul I, 1984, pp. 87-101
- Niemeyer Katharina, „Le journal télévisé entre histoire, mémoire et historiographie”, *A contrario*, nr. 13, 1, 2010, pp. 95-112

- Petit Viviane, „La censure sous le franquisme”, *La Clé des Langues*, ENS de Lyon, mai 2014
- Robinson Piers, „The CNN Effect Revisited”, *Critical Studies in Media Communication*, 20, 4, 20 august 2006, pp. 344-349
- Roth-Ey Kristin, Zakharova Larissa, „Communications and Media in the USSR and Eastern Europe”, *Cahiers du monde russe*, 56, 2-3, 2015, pp. 273-289
- Rozat Pascal, „Histoire de la télévision: une exception française?”, *La Revue des médias*, INA, 9 decembrie 2010 (actualizat pe 30 iulie 2019)
- Smirnov Vladislav V., „Radio Broadcasting in New Russia: Specifics of Structure and Problems Functioning”, *Journal of Radio & Audio Media*, 19, 2, 2012, pp. 278-287
- Toinet Marie-France, „La liberté de la presse aux États-Unis: des documents du Pentagone au scandale du Watergate”, *Revue française de science politique*, anul 23, nr. 5, 1973, pp. 1020-1045
- Tudesq André-Jean, „Feuilles d'Afrique. Étude de la presse de l'Afrique subsaharienne”, *Tiers-Monde*, „Les télévisions arabes à l'heure des satellites (Algérie-Égypte)”, tomul 37, nr. 146, 1996, pp. 467-468
- Wilke Jürgen, „Massenmedien und Vergangenheitsbewältigung”, în Jürgen Wilke (ed.), *Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland*, Böhlau Verlag, 1999

Articole online și site-uri

- Anson Robert Sam, „When Music Was Still on MTV: The Birth of an Iconic Channel”, *Vanity Fair*, 4 iunie 2008: <https://www.vanityfair.com/news/2000/11/mtv200011>
- Benton Joshua, „The Wall Street Journal Joins The New York Times in the 2 Million Digital Subscriber Club”, Niemanlab, 10 februarie 2020: <https://www.niemanlab.org/2020/02/the-wall-street-journal-joins-the-new-york-times-in-the-2-million-digital-subscriber-club>
- Cherif Anaïs, „Internet tire le marché publicitaire face à une presse morose”, *La Tribune*, martie 2018: www.latribune.fr/techno-medias/internet-tire-le-marche-publicitaire-face-a-une-presse-morose-771785.html
- Cooperman Alan, „Censor Tells All at Communist Party Trial”, Associated Press News, 25 iulie 1992: <https://apnews.com/article/f60ad90f-4356cf653ff44ad4181892d8>
- Efron Sonni, „Pravda's Presses Run Again After Yeltsin Crackdown: Russia: The Opposition Newspaper, Shut Down for a Month, Takes on the President in First Issue”, *Los Angeles Times*, 3 noiembrie 1993: <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1993-11-03-mn-52668-story.html>

Goodman Geoffrey, „Lord Thomson of Fleet”, *The Guardian*, 13 iunie 2006: <https://www.theguardian.com/news/2006/jun/13/guardianobituaries.media>

Lestienne Camille, „Franco: l’interminable agonie du dictateur tient la presse en haleine”, *Le Figaro*, 29 mai 2017: <https://www.lefigaro.fr/histoire/archives/2015/11/19/26010-20151119ARTFIG00265-franco-l-interminable-agonie-du-dictateur-tient-la-presse-en-haleine.php>

Lewis Peter H., „The New York Times Introduces a Web Site”, *The New York Times*, 22 ianuarie 1996: <https://www.nytimes.com/1996/01/22/business/the-new-york-times-introduces-a-web-site.html>

Lichterman Joseph, „20 years ago today, NYTimes.com debuted «on-line» on the web”, Niemanlab, 22 ianuarie 2016: <https://www.niemanlab.org/2016/01/20-years-ago-today-nytimes-com-debuted-on-line-on-the-web/>

Pach Chester, „Lyndon Johnson’s Living Room War”, *The New York Times*, 30 mai 2017: <https://www.nytimes.com/2017/05/30/opinion/lyndon-johnson-vietnam-war.html>

Perrin Olivier, „L’été 68: le général Franco s’assied sur la liberté d’expression”, *Le Temps*, 6 august 2018: <https://www.letemps.ch/opinions/lete-68-general-franco-sassied-liberte-dexpression>

Prod’Homme Jérôme, „1970: les Français boudent la télévision couleur!”, *France Bleu*, 28 septembrie 2018: <https://www.francebleu.fr/emissions/ils-ont-fait-l-histoire/1970-les-francais-boudent-la-television-couleur>

Schnee Thomas, „La presse allemande est-elle en crise?”, *L’Express*, 30 noiembrie 2012: https://lexpansion.lexpress.fr/actualite-economique/la-presse-allemande-est-elle-en-crise_1324877.html

Shedden David, „Today in Media History: CompuServe and the First Online Newspapers”, Poynter, 24 septembrie 2014: <https://www.poynter.org/reporting-editing/2014/today-in-media-history-compuserve-and-the-first-online-newspapers/>

Simon Stephanie, „Proud Pravda Sells Out to a Greek Capitalist”, *Los Angeles Times*, 1992: <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1992-08-12-mn-5364-story.html>

Yegorov Oleg, „Soviet Censorship: How Did the USSR Control the Public?”, 27 iunie 2017: https://www.rbth.com/arts/history/2017/06/27/soviet-censorship-how-did-the-ussr-control-the-public_790892

„Fin de 70 ans de censure en URSS”, *AFP*, 1 august 1990, www.lesoir.be/art/%252Ffin-de-70-ans-de-censure-en-urss-les-ailes-de-la-glasno_t-19900801-Z02YCM.html

„Londres: fin d’époque à Fleet Street, rue mythique de la presse”, *AFP*, 5 august 2016, <https://www.nouvelobs.com/monde/20160805.AFP3693/londres-fin-d-epoque-a-fleet-street-rue-mythique-de-la-presse.html>

Statistici

www-statista-com/statistics/383006/radio-number-of-stations-germany

www.deutschland.de/en/topic/knowledge/national-newspapers

www.mediametrie.fr/fr/TV%20et%20internet%3A-le-public-plébiscite-le-divertissement-comme-jamais

www.glance-mediamedia.com/fr/entertainment-tv-report-2018

www.programme.tv/news/actu/205646-decouvrez-le-top-5-des-programmes-les-plus-regardes-en-replay-en-france-en-2018

ourworldindata.org/literacy

Cronologia observării audiențelor din Franța: https://www.tiki-toki.com/timeline/embed/141755/4176060008/#vars!-date=1950-02-01_04:02:38!

Documente oficiale

Gerbner George, „Violence and Terror in the Mass Media”, în UNESCO, *Reports and Papers on Mass Communication*, nr. 102, 1988

Declarația universală a drepturilor omului, 1948

Convenția de la Geneva și protocoalele adiționale 1 și 2, 1949

Pactul internațional pentru drepturile civile din 16 decembrie 1966

Altele

Arhivele Deutsches Rundfunk: www.dra.de/de

Petit J.P., „Actualisation de la protection des journalistes en mission périlleuse dans les zones de conflit armé”, raport de seminar sub conducerea lui M. Bettati, DESS, 2000-2001, Université Panthéon-Assas (Paris II): <http://lafrique.free.fr/memoires/pdf/200105jphp.pdf>

The Mike Wallace Interview, Archives <https://interviews.televisionacademy.com/interviews/mike-wallace>

The Kennedy-Nixon Debates, *History*, 21 septembrie 2010 <https://www.history.com/topics/us-presidents/kennedy-nixon-debates>

Site-ul The Nielsen Company. <https://www.nielsen.com/>

Capitolul 11. A citi, a vedea, a auzi, a atinge, pînă la ameteală (2000-2020)

Studii

- Cagé Julia, Hervé Nicolas, Viaud Marie-Luce, *L'information à tout prix*, INA Éditions, 2017
- Christin Angèle, *Metrics at Work: Journalism and the Contested Meaning of Algorithms*, Princeton University Press, 2020
- Fogel Jean-François, Patino Bruno, *Une presse sans Gutenberg*, Grasset, 2005
- Halberstam David, *Le pouvoir est là*, traducere în limba franceză de D. Meunier, Fayard, 1980

Publicații științifice/specializate

- Barrette Pierre, „L'avenir de la télévision”, *24 images*, 131, 2007, pp. 56-57
- Beller Grégory, „Spectacle vivant: des voix imaginaires aux monstres vocaux”, *La Revue des médias*, 5 decembrie 2017
- Blandin Claire, „Le journal télévisé, incontournable ou dépassé?”, *La Revue des médias*, 9 septembrie 2015.
- Borowiec Steven, „Lessons from the Republic of Samsung”, *Rhodes Journalism Review*, nr. 31, septembrie 2011, p. 71
- Cagé Julia, Godechot Olivier (coord.), „Who Owns the Media? The Media Independence Projet”, SciencesPo, LIEPP-Reporters sans frontières, 2017
- Chaniac Régine, Jézéquel Jean-Pierre, „V/L'avenir de la télévision: vers une déprogrammation?”, în Régine Chaniac (ed.), *La Télévision*, La Découverte, col. „Repères”, 2005, pp. 89-111
- Eutrope Xavier, „La radio en 2018 vue par Laurent Frisch”, *La Revue des médias*, 8 ianuarie 2018
- Eutrope Xavier, „Assistants vocaux: quelle voix pour l'information”, *La Revue des médias*, 23 octombrie 2018

- Éveno Patrick, „Médias et publicité: une association équivoque mais indispensable”, *Le Temps des médias*, nr. 2, 1, 2004, pp. 17-27
- Hassan Naeemul, Adair Bill, Hamilton James, „The Quest to Automate Fact-Checking”, *Computational Journalism*, octombrie 2015
- Klimentov Vassily, „Novaya Gazeta: dernier bastion de l’opposition politique en Russie?”, *La Revue des médias*, 16 septembre 2010 (actualizat pe 23 ianuarie 2020)
- Lavoine Yves, Motlow David, „Journalists, History and Historians. The Ups and Downs of a Professional Identity”, *Réseaux. The French Journal of Communication*, vol. 2, nr. 2, 1994, pp. 205-221
- Mercier Arnaud, „Révolution numérique: les journalistes face au nouveau tempo de l’info”, *La Revue des médias*, 21 septembre 2016
- Mercier Arnaud, Pignard-Cheynel Nathalie, „Mutations du journalisme à l’ère du numérique: un état des travaux”, *Revue française des sciences de l’information et de la communication*, 5, 2014
- Muse Abernathy Penelope, „The Loss of Newspapers and Readers”, în „The Expanding News Desert”, Hussman School of Journalism and Media: <https://www.usnewsdeserts.com/reports/expanding-news-desert/loss-of-local-news/loss-newspapers-readers/>
- Nangong Dongfang, „Chinese Audiences’ Preference for, Dependence on, and Gratifications Derived from CCTV 1, Dragon TV and Hunan TV News Programs” (2011), Graduate Theses and Dissertations
- Pigeat Henri, Paracuellos Jean-Charles, „Les marchés de la presse quotidienne en Europe”, *Le Temps des médias*, nr. 6, 2006, pp. 72-86
- Rousse-Marquet Jennifer, „Les médias en Corée du Sud: un paysage très spécifique”, *La Revue des médias*, 3 februarie 2015
- Simon Jean-Paul, „1989-2019: comment trente ans d’Internet et de web ont changé les médias”, *La Revue des médias*, 2 ianuarie 2020
- Sonnac Nathalie, „Médias et publicité ou les conséquences d’une interaction entre deux marchés”, *Le Temps des médias*, nr. 6, 2006, pp. 49-58
- Tisseron Serge, „IA, robots qui parlent et humains sous influence”, *La Revue des médias*, 6 decembrie 2017
- Yan Chen, „Les médias chinois, entre le marché et la censure”, *Études*, vol. 401, nr. 10, 2004, pp. 309-319

Article online

- Allyn Bobby, „Researchers: Nearly Half of Accounts Tweeting about Coronavirus Are Likely Bots”, NPR, 20 mai 2020: <https://www.npr.org/sections/coronavirus-live-updates/2020/05/20/859814085/researchers-nearly-half-of-accounts-tweeting-about-coronavirus-are-likely-bots>
- Barthel Michael, „Despite Subscription Surges for Largest US Newspapers, Circulation and Revenue Fall for Industry Overall”, Pew Research Center, 1 iunie 2017: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/06/01/circulation-and-revenue-fall-for-newspaper-industry/>
- Bezos Jeff, „We Are What We Choose”, *Business Insider*, 22 iunie 2010: <https://www.businessinsider.com/we-are-what-we-choose-2010-6?IR=T>
- Biret Valentin, „Une seule fake news sur le Covid-19 aurait causé la mort de 800 personnes”, Ouest-France, 14 august 2020: <https://www.ouest-france.fr/leditiondusoir/data/104440/reader/reader.html#!preferred/1/package/104440/pub/157301/page/6>
- Chan Connie, „When One App Rules Them All: The Case of WeChat and Mobile in China”, Andreessen Horowitz, 6 august 2015: <https://a16z.com/2015/08/06/wechat-china-mobile-first/>
- DiResta Renée, „The Supply of Desinformation Will Soon Be Infinite”, *The Atlantic*, 20 septembrie 2020: <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2020/09/future-propaganda-will-be-computer-generated/616400/>
- Funke Daniel, Mantzaris Alexios, „We Asked 19 Fact-checkers what They Think of Their Partnership with Facebook. Here’s What They Told Us”, *Poynter*, 14 decembrie 2018: <https://www.poynter.org/fact-checking/2018/we-asked-19-fact-checkers-what-they-think-of-their-partnership-with-facebook-heres-what-they-told-us/>
- Funke Daniel, Benkelman Susan, „Misinformation Is Inciting Violence Around the World. And Tech Platforms Don’t Seem to Have a Plan to Stop it”, *Poynter*, 4 aprilie 2019: <https://www.poynter.org/fact-checking/2019/misinformation-is-inciting-violence-around-the-world-and-tech-platforms-dont-have-a-plan-to-stop-it/>
- Goumarre Laurent, „Quel avenir pour la radio dans l’audiovisuel public?”, France Inter, 17 aprilie 2018: <https://www.franceinter.fr/emissions/le-nouveau-rendez-vous/le-nouveau-rendez-vous-17-avril-2018>
- Greenslade Roy, „Profitable Metro Can’t Stop Making Money, but We Still Need «Proper» Newspapers”, *The Guardian*, 26 ianuarie 2011: <https://www.theguardian.com/media/greenslade/2011/jan/26/metro-national-newspapers>

- Gutierrez C. Nicolas. „Covid-19 et infox: comment une rumeur devient réalité”, *Sciences et Avenir*, 14 septembre 2020: https://www.sciencesetavenir.fr/sante/covid-19-et-infox-comment-une-rumeur-devient-realite_147359
- Hern Alex, „5G Conspiracy Theories Fuel Attacks on Telecoms Workers”, *The Guardian*, 7 mai 2020: <https://www.theguardian.com/business/2020/may/07/5g-conspiracy-theories-attacks-telecoms-covid>
- Kelly Helena, „Russia Spreads Fake News Claiming Oxford Coronavirus Vaccine Will Turn People into Monkeys and Portrays Boris Johnson as Bigfoot”, *Mail Online*, 16 octobre 2020: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-8845937/Russia-spreads-fake-news-claiming-Oxford-coronavirus-vaccine-turn-people-MONKEYS.html>
- Kessel Jonah, „How China Is Changing your Internet”: <https://www.worldpressphoto.org/collection/storytelling/2017/29057/2017-How-China-Is-Changing-Your-Internet>
- Lee Hakyung Kate, „What I Learned from Watching a Week of North Korean TV”, *ABC News*, 31 janvier 2018: <https://abcnews.go.com/International/learned-watching-week-north-korean-tv/story?id=52714005>
- Lu Yiren, „China’s Internet is Flowering”, *The New York Times Magazine*, 13 novembre 2019: <https://www.nytimes.com/interactive/2019/11/13/magazine/internet-china-wechat.html>
- Martin Nicole, „How Social Media Has Changed How We Consume News”, *Forbes*, 30 novembre 2018: <https://www.forbes.com/sites/nicolemartin1/2018/11/30/how-social-media-has-changed-how-we-consume-news/>
- Mayhew Freddy, „Report Predicts Five Years of Steep Global Decline for Newspapers Industry Revenue (Print and Online)”, *PressGazette*, 14 septembre 2020: <https://www.pressgazette.co.uk/report-predicts-five-years-of-steep-global-decline-for-newspaper-industry-revenue-print-and-online/>
- Mercier Hugo, „Fake News in the Time of Coronavirus: How Big is the Threat”, *The Guardian*, 30 mars 2020: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/mar/30/fake-news-coronavirus-false-information>
- Newton Casey, „The Trauma Floor: The Secret Lives of Facebook Moderators in America”, *The Verge*, 25 février 2019: <https://www.theverge.com/2019/2/25/18229714/cognizant-facebook-content-moderator-interviews-trauma-working-conditions-arizona>
- Piquard Alexandre, „Droit voisin: la presse française riposte à Google et scrute Facebook”, *Le Monde*, 24 octobre 2019: https://www.lemonde.fr/pixels/article/2019/10/24/droits-voisins-la-presse-francaise-va-porter-plainte-pour-abus-de-position-dominante-contre-google_6016773_4408996.html

Reumann Erik, „Qui possède le journal *Kommersant*? La Russie s'interroge et s'inquiète”, *Le Temps*, 15 iulie 1999: <https://www.letemps.ch/no-section/possede-journal-kommersant-russie-sinterroge-sinquiete>

Reuters, „Russie: Démissions à Vedomosti, le rédacteur en chef accusé d'être pro-Kremlin”, *Les Échos*, 15 iunie 2020: <https://investir.lesechos.fr/marches/actualites/russie-demissions-a-vedomosti-le-redacteur-en-chef-accuse-d-etre-pro-kremlin-1913681.php>

Richaud Nicolas, „Pour la première fois, le numérique s'arroge plus de la moitié du marché publicitaire en France”, *Les Échos*, 7 decembrie 2020: <https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/pour-la-premiere-fois-le-numerique-sarrobe-plus-de-la-moitie-du-marche-publicitaire-en-france-1271724>

Rocquigny Tiphaine (de) și Joëlle Tolédano, „Reprenre le pouvoir aux GAFA”, *France Culture*, 21 septembrie 2020: <https://www.franceculture.fr/emissions/la-bibliotheque-ideale-de-leco/reprenre-le-pouvoir-aux-gafa-avec-joelle-toledano>

Roquebain Lucie, Lemaistre Clémence, „En Scandinavie, les journaux tournent la page du papier”, *Les Échos*, 25 noiembrie 2019: <https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/en-scandinavie-les-journaux-tournent-la-page-du-papier-1150485>

Ruisseau Nicolas, „«Vedomosti», journal de référence en Russie, en péril”, *Le Monde*, 29 aprilie 2020: https://www.lemonde.fr/economie/article/2020/04/29/vedomosti-journal-de-reference-en-russie-en-peril_6038146_3234.html

Schmemmann Serge, „Pravda's Voice Is Stilled in an Open Market's Din”, *The New York Times*, 14 martie 1992: <https://www.nytimes.com/1992/03/14/world/pravda-s-voice-is-stilled-in-an-open-market-s-din.html>

Shibata Nana, „Japan's TV Stations Feel Coronavirus Blow Despite Audience Surge”, *Nikkei Asia*, 19 mai 2020: <https://asia.nikkei.com/Business/Business-trends/Japan-s-TV-stations-feel-coronavirus-blow-despite-audience-surge2>

Woitier Chloé, „La France se dote d'un droit voisin pour la presse”, *Le Figaro*, 23 iulie 2019: <https://www.lefigaro.fr/medias/la-france-se-dote-d-un-droit-voisin-pour-la-presse-20190723>

Yuan Li, „Mark Zuckerberg Wants Facebook to Emulate WeChat. Can It?”, *The New York Times*, 7 martie 2019: <https://www.nytimes.com/2019/03/07/technology/facebook-zuckerberg-wechat.html>

„Afrique: le renouveau du paysage audiovisuel”, *Médiamétrie*, 29 noiembrie 2018: <https://www.mediametrie.fr/fr/afrique-le-renouveau-du-paysage-audiovisuel>

„Andrew Neil lance une chaîne d'information 24 heures sur 24 pour rivaliser avec la BBC et Sky”, *Fr24 News*, 25 septembrie 2020: <https://www.fr24news.com/fr/a/2020/09/andrew-neil-lance-une-chaine-dinformation-24-heures-sur-24-pour-rivaliser-avec-la-bbc-et-sky-andrew-neil.html>

- „Editorial: the Power of Television Still Strong Despite Smartphone Era”, *The Mainichi*, 13 mai 2019: <https://mainichi.jp/english/articles/20190513/p2a/00m/0na/007000c>
- „Fermeture de Google News en Espagne”, *Le Monde*, decembrie 2014: https://www.lemonde.fr/economie/article/2014/12/11/fermeture-de-google-news-en-espagne_4538263_3234.html#:~:text=Google%20a%20annonc%C3%A9%2C%20mercredi%2010,tout%20ou%20partie%20des%20contenus
- „La très controversée réforme européenne du droit d’auteur finalement adoptée”, *Le Monde*, 26 martie 2019: https://www.lemonde.fr/pixels/article/2019/03/26/la-controversee-directive-sur-le-droit-d-auteur-adoptee-par-le-parlement-europeen_5441480_4408996.html
- „Liberté de la presse en Russie: le bilan accablant de Vladimir Poutine”, *RSF*, 16 martie 2018 (actualizat pe 19 martie 2018) <https://rsf.org/fr/actualites/liberte-de-la-presse-en-russie-le-bilan-accablant-de-vladimir-poutine>
- „New Data Shows Guardian Is the Top Quality and Most Trusted Newspaper in the UK”, *The Guardian*, 17 iunie 2020: <https://www.theguardian.com/gnm-press-office/2020/jun/17/new-data-shows-guardian-is-the-top-quality-and-most-trusted-newspaper-in-the-uk>
- „Novaya Gazeta garde ses distances avec le Kremlin –”, *La Croix*, 6 mai 2009: https://www.la-croix.com/Actualite/Monde/Novaya-Gazeta-garde-ses-distances-avec-le-Kremlin_NG_-2009-05-06-534419
- „Quel avenir pour la radio?”, Oufipo, festival Longueur d’ondes 2019: <http://oufipo.org/quel-avenir-pour-la-radio>
- „Thomson Reuters rachète Breakingviews pour 10 millions de livres”, *Le Monde*, 15 octombrie 2009: https://www.lemonde.fr/economie/article/2009/10/15/thomson-reuters-rachete-breakingviews-pour-10-millions-de-livres_1254385_3234.html
- „Twitter Is Not as Important as Journalists Make It Seem”, *The Atlantic*, 12 februarie 2020: <https://www.theatlantic.com/letters/archive/2020/02/twitter-is-bad-for-the-news/605782/>

Video

Oldenburg Manfred, Knigge Jobst, Dehnhard Sebastian, *Cele trei vieți ale lui Axel Springer (Drei Leben: Axel Springer)*, documentar, ZDF, 2012, 1 h 30

Statistici

www.americanpressinstitute.org/publications/reports/survey-research/how-people-use-twitter-news/single-page

<https://www.statista.com/statistics/246698/daily-time-spent-with-tv-in-the-us-by-type-of-use/>

<https://www.statista.com/statistics/183460/share-of-the-us-population-using-facebook/>

<https://www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-facebook-users/>

www.businessofapps.com/data/tinder-statistics

www.statista.com/statistics/186833/average-television-use-per-person-in-the-us-since-2002

www.statista.com/statistics/258749/most-popular-global-mobile-messenger-apps

www.statista.com/statistics/718019/social-media-news-source

www.statista.com/statistics/304604/el-pais-spain-circulation

www.oberlo.com/blog/social-media-marketing-statistics

www.statista.com/forecasts/997048/social-media-activities-in-the-us

www.statista.com/statistics/304737/social-network-penetration-in-usa

www-statista-com.acces-distant.sciencespo.fr/statistics/471345/us-adults-who-use-social-networks-gender

www.pewresearch.org/fact-tank/2018/12/10/social-media-outpaces-print-newspapers-in-the-u-s-as-a-news-source

buffer.com/resources/55-visitors-read-articles-15-seconds-less-focus-attention-not-clicks

www.statista.com/statistics/761889/daily-time-spent-radio

www.statista.com/statistics/255778/number-of-active-wechat-messenger-accounts

www.omnicoreagency.com/instagram-statistics

www.statista.com/statistics/186934/us-newspaper-reading-habits-since-2002

<https://www.statista.com/statistics/246698/daily-time-spent-with-tv-in-the-us-by-type-of-use/>

www.journalism.org/2018/09/10/news-use-across-social-media-platforms-2018

www.pewresearch.org/fact-tank/2018/01/05/fewer-americans-rely-on-tv-news-what-type-they-watch-varies-by-who-they-are

www.statista.com/statistics/1153882/daily-media-consumption-by-type-india

<https://www.statista.com/statistics/963371/india-tv-and-internet-news-consumption-by-generation/>

<https://www.statista.com/statistics/614143/npr-weekly-audience-us/>

<https://www.statista.com/statistics/253329/weekly-time-spent-with-online-radio-in-the-us/>
www.nielsen.com/us/en/insights/article/2020/radio-is-comfort-food-as-media-consumption-rises-amid-covid-19-pandemic.
www.statista.com/statistics/286892/uk-radio-stations-ranked-by-listeners-reached
www.statista.com/statistics/1104557/coronavirus-trusted-news-sources-by-us
www.statista.com/statistics/269867/reach-of-selected-tv-news-channels-in-the-uk
fr.statista.com/statistiques/574884/principales-stations-de-radio-en-allemagne-par-contrats-bruts
www.radiowoche.de/ma-2020-audio-ii-die-20-meistgehoerten-radiosender-in-deutschland
www.cjr.org/tow_center/how-wechat-became-primary-news-source-china.php
www.statista.com/statistics/382120/radio-consumption-by-frequency-germany
www.statista.com/statistics/818268/internet-radio-share-of-listeners-germany
reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf.
 „Les Français et la Radio”, Étude CSA, 2020, fr.calameo.com/read/0043630317d821a193c80
clesdelaudiovisuel.fr/Connaitre/Le-paysage-audiovisuel/Composition-du-paysage-audiovisuel-francais-la-radio
www.theguardian.com/media/table/2011/apr/19/worlds-top-10-newspaper-websites.
www.comscore.com/fre/Perspectives/Infographics/Most-Read-Online-News-papers-in-the-World-Mail-Online-New-York-Times-and-The-Guardian
www.pewresearch.org/fact-tank/2020/02/14/fast-facts-about-the-newspaper-industrys-financial-struggles
www.statista.com/statistics/380784/circulation-daily-newspapers-germany
www.journalism.org/fact-sheet/newspapers
www.omnicoreagency.com/instagram-statistics
reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-01/Newman_Journalism_and_Media_Predictions_2020_Final.pdf
www.statista.com/statistics/183422/paid-circulation-of-us-daily-newspapers-since-1975
www.statista.com/statistics/476016/expenditure-on-newspapers-in-the-united-kingdom-uk
 „5 Key Takeaways About the State of the News Media in 2018”, www.pewresearch.org/fact-tank/2019/07/23/key-takeaways-state-of-the-news-media-2018
www.glance-mediаметrie.com/fr/tendances-tv-internationales-2019
www.statista.com/statistics/380754/leading-radio-stations-germany
 „Listening Figures – UK Radio”, www.rajar.co.uk/listening/quarterly_listening.php

„Quarterly Summary of Radio Listening (UK)”,
www.rajar.co.uk/docs/2020_03/2020_Q1_Quarterly_Summary_Figures.pdf
 „The UK Communications Market Report – Radio and Audio Content”,
www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0014/105440/uk-radio-audio.pdf
www.statista.com/statistics/286892/uk-radio-stations-ranked-by-listeners-reached.
www.statista.com/statistics/1025691/most-popular-radio-programs-and-podcasts-in-the-uk.
www.statista.com/statistics/385359/tv-stations-market-share-germany
 „Frequency of Using Selected News Sources Among Millennials in the United States as of March 2020”, www.statista.com/statistics/1010456/united-states-millennials-news-consumption
 „Trust in News Media Worldwide”, www.statista.com/statistics/308468/importance-brand-journalist-creating-trust-news
 „Media Usage in Europe – Statistics & Facts”, www.statista.com/topics/4039/media-usage-in-europe
 „Fake News Worldwide – Statistics & Facts”, www.statista.com/topics/6341/fake-news-worldwide
 „News Industry – Statistics & Facts Published”, www.statista.com/topics/1640/news
 „Newspaper Market in Europe – Statistics & Facts”, www.statista.com/topics/3965/newspaper-market-in-europe

Rapoarte

„Digital News Report”, Reuters Institute, 2020
 Bell Emily, „The Fact-Check Industry”, *Columbia Journalism Review*, 2019
 Comisia Europeană, „Les habitudes médiatiques dans l’union européenne”, noiembrie 2013
 Coutard Anne, „L’avenir de la radio à l’ère du numérique”, raport adresat doamnei Ministru al Culturii și Comunicației, septembrie 2001
 Future of Humanity Institute, „The Malicious Use of Artificial Intelligence: Forecasting, Prevention and Mitigation”, februarie 2018
 Gaultier Stéphane, Fonnet Laurent, Livre blanc „Quel avenir immédiat pour la télévision face ou avec internet?”, 2015
 Hagiwara Shigeru, „Japanese Television As a Window on Other Cultures”, *Japanese Psychological Research*, vol. 40, nr. 4, 1998, pp. 221-233
 NHK, Present Situation Regarding Television Viewing and Radio Listening, iunie 2015
 Meeker Mary, Internet Trends 2019, 2019

Tessier Marc, Baffert Maxime, „La presse au défi du numérique”, rapport adressé au ministre de la Culture et de la Communication, février 2007
Webb Amy, „Trend Report for Journalism, Media and Technology”, Future Today Institute, 2019
World Economic Forum, White Paper, „Understanding Value in Media: Perspectives from Consumers and Industry”, avril 2020

Capitolul 12. A fi informat, a fi liber și a acționa (2021-2100)

Studii

Christin Angèle, *Metrics at Work: Journalism and the Contested Meaning of Algorithms*, Princeton University Press, 2020
Patino Bruno, *La Civilisation du poisson rouge. Petit traité sur le marché de l'attention*, Grasset, 2019

Article online

La Monday Note de Frédéric Filloux: <https://mondaynote.com/>
The Huffington Post, „Joe Biden fait désormais campagne sur Animal Crossing”, 2 septembre 2020: https://www.huffingtonpost.fr/entry/joe-biden-campagne-animal-crossing_fr_5f4ecf47c5b69eb5c035c163
Barr Jeremy, „More than 73 Million People Watched That Crazy Presidential Debate”, *The Washington Post*, 30 septembre 2020: <https://www.washingtonpost.com/media/2020/09/30/presidential-debate-ratings/>
Chantrel Flavien, „21% des visites de sites de presse se font sur un article avec un paywall”, le Blog du Modérateur, 25 novembre 2019: <https://www.blogdumoderateur.com/etude-paywalls-sites-de-presse/>
Coëffé Thomas, „Facebook lance Watch Together sur Messenger”, Le Blog du Modérateur, 14 septembre 2020: <https://www.blogdumoderateur.com/facebook->

messenger-watch-together/

Dassonville Aude, „Les audiences «atypiques» de la radio pendant le confinement”, *Le Monde*, 23 iulie 2020: https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2020/07/23/l-audience-de-la-radio-victime-du-coronavirus_6047039_3236.html

De La Porte Xavier, „Faire de la radio au temps du podcast ou du streaming”, *France Culture*, 17 decembrie 2013: <https://www.franceculture.fr/emissions/ce-qui-nous-arrive-sur-la-toile/faire-de-la-radio-au-temps-du-podcast-ou-du-streaming>

Gibson Rebecca „Un futur holographique”, *Compass magazine*, noiembrie 2016: <https://compassmag.3ds.com/fr/toward-a-holographic-future/>

Grieco Elizabeth, „US Newspapers Have Shed Half of Their Newsroom Employees Since 2008”, *Pew Research Center*, aprilie 2020: www.pewresearch.org/fact-tank/2020/04/20/u-s-newsroom-employment-has-drop-ped-by-a-quarter-since-2008

Herman David, „Why Britain Needs New TV News Channels”, *The Article*, 4 septembrie 2020: <https://www.thearticle.com/why-britain-needs-new-tv-news-channels>

History, 10 iunie 2019: <https://www.history.com/topics/inventions/history-of-video-games>

Koblin John, „The Evening News Is Back”, *The New York Times*, 24 martie 2020: <https://www.nytimes.com/2020/03/24/business/media/coronavirus-evening-news.html>

Lapierre Mathias, „Votre hologramme pour réaliser des discours dans d’autres langues, le futur par Microsoft”, *Siècle Digital*, iulie 2019: <https://siecledigital.fr/2019/07/18/votre-hologramme-pour-realiser-des-discours-dans-dautres-langues-le-futur-par-microsoft/>

Lefaix Éléonore, „Une IA recrée des épisodes des Pierrafeu à partir de descriptions textuelles”, *Siècle Digital*, 17 aprilie 2018: <https://siecledigital.fr/2018/04/17/ia-dessin-anime-descriptions-textuelles/>

Manchau Melvin, „How AI Is Radically Transforming Your TV Experience”, *Predict*, 19 august 2018: <https://medium.com/predict/artificial-intelligence-is-radically-transforming-your-tv-experience-60451b6cd0d0>

Millon Anthony, „La Social TV: outil de fidélisation du téléspectateur”, *Social TV*, 30 octombrie 2013: <https://www.socialtv.fr/technologies/socialtv/social-tv-outil-fidelisation-du-telespectateur/>

Paura Angelo, „Virtual Reality Creates Ethical Challenges for Journalists”, *Digital Journalism*, martie 2018: <https://ijnet.org/en/story/virtual-reality-creates-ethical-challenges-journalists>

Richard Claire, „L’Incroyable histoire du créateur de Tetris”, *L’Obs*, 21 noiembrie 2016: <https://www.nouvelobs.com/rue89/rue89-rue89-culture/20160718.RUE3401/l-incroyable-histoire-du-createur-de-tetris.html>

Schneier Matthew, „Michael Barbaro Made the *New York Times* Podcast *The Daily* a Raging Success. Or Is It the Other Way Around?”, *New York Mag*, 21 ianuarie 2020: <https://nymag.com/intelligencer/2020/01/michael-barbaro-the-daily-podcast-new-york-times.html>

Tellier Maxime, „Le podcast, tout le monde y croit”, *France Culture*, 7 februarie 2020: <https://www.franceculture.fr/emissions/hashtag/le-podcast-tout-le-monde-y-croit>

The Weather Company, „What Trends Will Change Broadcasting?”, *IBM*, 16 iunie 2020: <https://www.ibm.com/weather/industries/broadcast-media/trends-that-will-change-broadcasting>

Statistici

www.statista.com/topics/3170/podcasting

www.geste.fr/la-1ere-edition-du-digital-media-review-sinteresse-a-limpact-de-la-pression-du-paywall-sur-les-sites-medias

www.statista.com/chart/18893/digital-news-subscribers

www.statista.com/statistics/229984/readers-of-the-new-york-times-daily-edition-usa

www.statista.com/statistics/1016531/fake-news-internet-politics-impact

Rapoarte

Cision, „L'état des médias dans le monde”, 2019, www.cision.fr/ressources/livres-blancs/etat-des-medias-dans-le-monde

Cision, „L'état des médias en France”, februarie 2020

Gentzkow Matthew, Glaeser Adward L., Goldin Claudia, „The Rise of the Fourth Estate: How Newspapers Became Informative and Why it Mattered”, National Bureau of Economic Research, septembrie 2004

„Comment to Review Group on Intelligence and Communications Technologies Regarding the Effects of Mass Surveillance on the Practice of Journalism”, octombrie 2013

„Défis et perspectives pour les médias et le journalisme d'information à l'ère du développement des médias numériques, mobiles et sociaux”, raport al Consiliului European, University of Oxford & Reuters, octombrie 2016, edoc.coe.int/fr/medias/7287-pdf-defis-et-perspectives-pour-les-medias-et-le-

journalisme-dinformation-a-lere-du-developpement-des-medias-numeriques-mobiles-et-sociaux.html.

„Envisioning the Future of Journalism”, Media Lab Bayern

„Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions”, 2020, Nic Newman, Reuters Institute for the Study of Journalism: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2020>

Schuster Stefan *et al.*, „Mass Surveillance and Technological Policy Options: Improving Security of Private Communications”, Science Direct, www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0920548916300988.

Waters Stephenson, „The Effects of Mass Surveillance on Journalists’ Relations With Confidential Sources”, *Digital Journalism*, vol. 6, 2018, www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2017.1365616.

Pew Research Center, „State of the News Media”, 2018

Steven Feldstein, „The Global Expansion of AI Surveillance”, Carnegie Endowment for international peace, septembrie 2019

Documentar

În *spatele ecranelor de fum (The Social Dilemma)*, scris și realizat de Jeff Orlowski, 2020

Capitolul 13. Ce este de făcut?

Articole online

La Monday Note de Frédéric Filloux: <https://mondaynote.com/>

Bethea Charles, „What Happens When the News Is Gone?”, *The New Yorker*, 27 iunie 2020: www.newyorker.com/news/the-future-of-democracy/what-happens-when-the-news-is-gone

Dupont-Besnard Marcus, „*Hold-Up*: ce n’est ni une enquête, ni un documentaire, mais une fiction”, Numerama, 13 noiembrie 2020:

<https://www.numerama.com/sciences/665386-hold-up-ce-nest-ni-une-enquete-ni-un-documentaire-mais-une-fiction.html>

Lepore Jill, „Does Journalism Have a Future?”, *The New Yorker*, 21 ianuarie 2019: <https://www.newyorker.com/magazine/2019/01/28/does-journalism-have-a-future>

Scherer Éric, „Années 20, les années folles de la création partagée”, *Méta-média*, nr. 19, toamna-iarna 2020: <https://www.meta-media.fr/files/2020/12/METAMEDIA19.pdf>

Strauch-Bonart Laetitia, „Bari Weiss: «Pourquoi j’ai quitté le *New York Times*»”, *Le Point*, 17 noiembrie 2020: https://www.lepoint.fr/editos-du-point/sebastien-le-fol/bari-weiss-pourquoi-j-ai-quitte-le-new-yor-times-17-11-2020-2401530_1913.php

Video

„Les médias représentent-ils encore la société?”, cu Dominique Reynié și Julie Joly, *Médias en Seine*, 19 noiembrie 2020: <https://www.mediasenseine.com/fr/b>

Credite fotografice

1. Scrisoare trimisă de regele Tushratta al regatului Mitanni către Amenhotep al III-lea (secolul al XIV-lea î.e.n.), găsită la El Amarna (© www.BibleLandPictures.com/Alamy Stock Photo)
2. Reproducere a unui *Dibao* sau „raport al rezidențelor oficiale” al curții imperiale chineze, primul periodic apărut în secolul al IX-lea (DR)
3. Vînzător ambulant german cu un număr din *Neue Zeitung* (© source; BnF)
4. Presa lui Gutenberg (© Lanmas/Alamy Stock Photo)
5. Ziarul *Gazette* al lui Théophraste Renaudot (© source; BnF)
6. *Gazette de Leyde* (© The History Collection/Alamy Stock Photo)
7. *Kawaraban* din Era Edo înfățișînd sfîrșitul asediului de la Osaka din 1615 (© National Archives of Japan)
8. *The Daily Courant*, primul cotidian din lume, creat în 1702 în Anglia (© Fox Photos/Getty Images)
9. *Pennsylvania Chronicle* publică pamfletul lui John Dickinson „Letters from a Farmer in Pennsylvania” (DR)
10. Prima femeie redactor-șef, Louise de Kéralio (DR)
11. Prima ediție a periodicului *The Female Spectator*, 1744 (© Science Photo Library/Alamy Stock Photo)
12. *Le Père Duchesne* al lui Jacques-René Hébert, 1791 (© source; BnF)
13. *Bulletins de la Grande Armée* ale lui Napoleon, primul exemplar din 1805 (© source; BnF)
14. *Illustrated London News*, ediția din 20 decembrie 1851 (© source; BnF)
15. Waterloo în *The Morning Post* (© The British Library Board)
16. Vagon poștal (Royal Mail) în Anglia în secolul XIX-lea (© Royal Mail Group Ltd [Tue 25th Jan 2011], prin bunăvoința The Postal Museum)
17. Rotativa cu șase cilindri inventată de Richard Hoe (© World History Archive/Alamy Stock Photo)

18. „O cină în familie”, desen de Caran d’Ache publicat în *Le Figaro* din 14 februarie 1898 (© source; BnF)
19. Pagina întâi din *Pathé-Journal* (© Ville de Paris/Bibliothèque historique)
20. Publicitate pentru aspirină (© Collection Jonas/Kharbine-Tapabor)
21. *The Dearborn Independent* (© The Granger Collection, New York/Col. Christophel)
22. Henry Luce (© Granger, NYC/The Granger Collection)
23. Joseph Pulitzer (© The Granger Collection, New York/Col. Christophel)
24. William Randolph Hearst (© Bettmann/Getty Images)
25. Janet Flanner (© The Granger Collection, New York/Col. Christophel)
26. Gandhi, omul anului, în *Time*, 1930 (© *Time*, vol. XVII, nr. 1)
27. *The Times of India* anunță moartea lui Gandhi, 31 ianuarie 1948 (© *The Times of India*, vol. CX, nr. 27)
28. Edward Murrow (© Bettmann/Getty Images)
29. Sală de jocuri, la începutul anilor 1980 (© Bettmann/Getty Images)

Indice de nume proprii^{*}

A

Abraham, Magid 202
Ache, Jean 185
Adams, John 86-89
Adams, Samuel 86
Ahaşveroş 24
Ailes, Roger 182
Al-Aziz Billah, Abu Mansur Nizar 42
Albertini, Luigi 157
Albrizzi, Girolamo 60
Alexandru al III-lea 40
Alhoy, Maurice 118
Allen, John 89
Allen, Mike 208
Allen, Paul 200
Al-Mu'tamid 43
Al-Salem, Hidayya 225
Altman, Sam 252
Amann, Max 156
Amaury, Émilien, Francine şi Philippe 184
Andreessen, Marc 200, 274
Andrieux, Louis 133
Anen, Aloyse, François şi Marcel 162
Anna (regină a Angliei, Scoţiei şi Irlandei) 75-76
Anna de Austria 66
Antoine, Jacques 188
Apollinaire, Guillaume 145

Arago, Étienne 118, 121
Ardabur Bătrînul 34
Aristofan 30
Armand (abate) 81
Ashoka 26
Asquith, Herbert Henry 126
Assange, Julian 224
Assarino, Luca 60
Astor, Gavin 150, 183
Astor, John Jacob Astor V 150, 183
Astor, William Waldorf, baron, apoi viconte 129
Aubrey, James T., Jr. 178-179
Augustus (născut Octavius) 32
Ayer, Francis Wayland 130

B

Babeuf, Gracchus 94
Baburova, Anastasia 225
Bache, Benjamin 89
Bacon, Francis 57
Bacon, Nicholas 57
Bailby, Léon 151
Bailleul, Jacques-Charles 96
Baird, John L. 167
Baldwin, Stanley 150
Ballière, Achille 133
Balzac, Honoré de 101, 116-117
Bancken, Margaretha van 63
Baran, Paul 198-199
Barclay, Eddie 188
Barclay, Nicole 188
Barère de Vieuzac, Bertrand Barère, zis 91
Barras, Paul 96
Barrymore, John 144
Bauer, Andreas Friedrich 102
Bautru, Guillaume 65
Bayle, Pierre 79

Beaumarchais, Pierre-Augustin Caron de 82, 118
Beaverbrook, Max Aitken, baron 149-150
Beccaria, Cesare 78
Beethoven, Ludwig van 171
Belin, Édouard 125
Bell, Alexander Graham 124
Bell, Robert 102
Bellanger, Pierre 217
Bellemare, Pierre 188
Benedetti, Vincent, conte 119-120
Benedict al III-lea 40
Benedict de Nursia, sfînt 35
Benedictus 36
Benjamin din Tudela 43
Bennett, James Gordon 112
Bérenger, Henry 137
Bergson, Henri 165
Berlusconi, Paolo 228
Berlusconi, Silvio 189, 228
Bernard de Clairvaux 35
Berners-Lee, Tim 199
Bernstein, Carl 181
Bertelsmann, Carl 110
Beuve-Méry, Hubert 184-185
Bezos, Jeff 201, 211, 227
Biden, Joe 218, 222
Bismarck, Otto von 111, 119-120, 126-127, 138
Black, Conrad 183
Blacque, Alexandre 104
Blake, Henry 103
Blanc, François și Joseph 106
Blayton, Jesse B. Sr. 177
Bleichröder, Gerson von 119
Bleustein, Marcel 165
Bloomberg, Michael 227
Blue, Allen 205
Blum, Léon 154
Bodard, Lucien 185
Bokassa, Jean-Bedel 197
Boloninus 36
Bonaparte, Jérôme 99

Bonaparte, Lucien 119
Bonaparte, Pauline 94
Bonaparte, Pierre-Napoléon 119
Bonifaciu al VIII-lea 35, 41
Borghese, Camillo (papa Paul al V-lea) 60
Bourdet, Claude 185
Bourne, Nicholas 68
Bradford, William 71, 83
Bradlee, Benjamin 180
Brady, Mathew B. 113
Brandenberger, Phil 201
Bresson, Jacques 110
Breteuil, Charles Le Tonnelier, conte de 154
Brienne, Henri-Auguste de Loménie, conte de 60
Brin, Sergey 201, 227
Brissot, Jacques Pierre 90, 92-94
Brossolette, Pierre 170
Brunhoff, Jean și Michel de 153
Brunswick-Wolfenbüttel, Charles-Guillaume-Ferdinand de 93
Bryant, William Cullen 112
Buffon, Georges-Louis Leclerc de 81, 88
Buloz, François 101
Buñuel, Luis 254
Burke, Edmund 128
Bush, George H.W. 182
Bute, John Crichton-Stuart, al 3-lea marchiz de 115
Bute, John Stuart, conte de 76
Butter, Nathaniel 68

C

Cabu, Jean Cabut, zis 225
Cadet de Vaux, Alexis 82
Caesar, Iulius 22, 31-32
Cagé, Julia 213
Cahan, Abraham 132
Calamy, Pierre-Godefroy 82
Calmette, Gaston 137

Calvin, Jean 54, 58
Campbell, John 83
Camrose, William Ewart Berry, baron apoi viconte 149-150
Camus, Albert 185
Canterbury, Baldwin of Forde, arhiepiscop de 40
Canterbury, Richard Bancroft, arhiepiscop de 68, 83
Canterbury, Thomas Arundel, arhiepiscop de 56
Caraffa, Carlo 55
Caran d'Ache, Emmanuel Poiré, zis 136
Cardoso, Carlos 225
Carle, Gaston 133
Carol al II-lea (rege al Angliei, Scoției și Irlandei) 70-71
Carol al IV-lea (rege al Spaniei) 36, 99
Carol al IX-lea 58
Carol al VIII-lea 49
Carol al VI-lea 41
Carol al X-lea 101
Carol I (rege al Angliei, Scoției și Irlandei) 68-70
Carol Quintul 50, 55-56
Carolus, Johann 61
Caruana Galizia, Daphne 225
Casteleyn, Abraham 63
Castelli, Michel 60
Caxton, William 52
Cayat, Elsa 225
Ceaikowski, Piotr Ilici 171
Cendrars, Blaise 154
Cerf, Vinton 199
Chamberlain, Neville 150
Chamberlain, Samuel 133, 135
Chambord, Henric al V-lea, conte de 134
Champion de Cissé, Jérôme 91
Chandra Goenka, Subhash 196
Chappe, Claude 95, 98, 106-107
Chapuis, Marius 125
Charb, Stéphane Charbonnier, zis 225
Chateaubriand, François-René de 101
Chevalier, Maurice 170
Chevreul, Michel-Eugène 135
Chirac, Jacques 187, 189
Choderlos de Laclos, Pierre Ambroise 92

Christophe, Marie-Louis-George Colomb, zis 135
Churchill, Winston 172
Cicero 32, 51
Claflin, Tennessee 129
Claudius 33
Clemenceau, Georges 118, 133, 142, 151
Clement al III-lea 40
Clement al VIII-lea 60
Clément, Jacques 58
Cleopatra a VII-a Philopator 32
Clermont-Tonnerre, Anne de 92, 133
Clinton, Hillary 218, 229, 233
Cobbett, William 102
Cobden, Richard 112
Cocteau, Jean 154
Cohn, Norman 234
Colbert, Jean-Baptiste 67
Colette, Sidonie-Gabrielle, zisă 154
Colletet, François 67
Colvin, Marie 225
Condorcet, Nicolas de 90
Considérant, Victor 116
Constant, Benjamin 101
Cook, Edward 129
Cooke, William Fothergill 106
Coolidge, Calvin 159-160
Corancez, Olivier de 82
Costes, Gautier de 65
Coston, Henry 154
Coty, François 153-154
Coubertin, Pierre de 137
Coughlin, Charles Edward 149
Cranach cel Bătrîn, Lucas Maler, zis 53
Crazy Horse 127
Cromwell, Oliver 69
Cronkite, Walter 178-179, 181
Cros, Charles 124
Crossley, Archibald 163
Cusanus, Nicolaus, cardinal 51

D

D'Alembert, Jean Le Rond, zis 80
Dac, Pierre 170
Daguerre, Louis 109
Dalloz, Paul 133
Dalziel, Davidson 127-128
Danforth, Samuel 71
Daniel, Iuli 194
Daniel, Jean, născut Jean Daniel Bensaïd 187
Danton, Georges Jacques 92-93
Darius I 24, 30
Daumier, Honoré 117
David-Néel, Alexandra 153
Davioud, Gabriel 118
Davis, Donald 199
Davis, Jefferson 113
Dawson, Geoffrey 150
Day, Benjamin H. 112
Day, John 56-57
Deaubonneau, René-Ambroise 96
Defoe, Daniel Foe, zis 75
Dehême, Paul 186
Delacroix, Eugène 109
Delanoë, Pierre 188
Delescluze, Charles 119
Dêmeunier, Jean-Nicolas 91
Descartes, René 62
Desgrange, Henri 135
Desgraupes, Pierre 188
Desgrées du Loû, François 185
Desmoulins, Camille 92-94
Dickinson, John 86-87
Diderot, Denis 80-81
Dilbaum, Samuel 55
Disraeli, Benjamin 126, 128
Dolet, Étienne 58
Dolfin, Lorenzo 48
Donneau de Visé, Jean 67, 79
Doré, Gustave 118

Doriot, Jacques 170
Dorsey, Jack 207
Doublier, Francis 125
Dreyfus, Alfred 135-136
Dreyfus, Mathieu 135-136
Drumont, Édouard 135, 154
Duchâtel, Tanneguy, conte 107
Ducos du Hauron, Louis 109
Dumas, Alexandre (tatăl) 101, 116
Dumayet, Pierre 188
Dumont, Auguste 133, 135
Duncan, Edward 114
Dunton, John 70
Dupont, Ghislaine 225
Dupuy, Jean 151
Dupuy, Paul și Pierre 151
Durand, Claude 204
Durand, Marguerite 137
Durosoy, Barnabé 92-93

E

Eastman, George 125
Edison, Thomas 124
Eduard al IV-lea 49
Eduard al VIII-lea 149
Eduard I 40
Edwards, Alfred 135
Eiffel, Gustave 125
Eisenhower, Dwight 178
Elizabeth I 57
Elțin, Boris 194
Emtage, Alan 200
Engels, Friedrich 117
Epstein, Jean 61, 65-66
Erlanger, Frédéric Émile, baron de 126
Esmer, Hieronymus 54
Esterhazy, Ferdinand Walsin 136

Estienne, Robert 54, 58

F

Fain, Agathon Jean François, baron 98

Falstaff, John 49

Faucher, Jean-André 186

Fawkes, Richard 56

Fayard, Arthème 152

Faye, Victor 185

Fenno, John 88

Fenton, Roger 109

Ferdinand al VII-lea 99

Ferwerda, Abraham 74

Filipacchi, Daniel și Henri 188

Filloux, Frédéric 266

Flanner, Janet 173

Fleury, Abbon, abate de 40

Floirat, Sylvain 188

Foley, James 225

Font, Jean-Alexandre de la 63

Forain, Jean-Louis 136

Ford, Henry 144, 149-150

Fouché, Joseph 97-99

Fouquet, Nicolas 66

France, Anatole 137

Francisc I (împărat al Austriei) 98

Francisc I 54, 58

Franco, Niccolò 55

Franklin, Benjamin 86-89, 91

Franklin, James 83

Frassati, Alfredo 157

Frederic al II-lea 77

Fréron, Louis-Stanislas 94

Fritsch, Hans 166

Frossard, Ludovic-Oscar 169

Fugger, Jacob 50

Fulgoni, Gian 202

Fust, Johann 50-51

G

Gambetta, Léon 121, 134
Gandhi, Mohandas Karamchand 139, 150, 153
Gaozong 45
Garnett, Richard 114
Garrison, William 112
Gasparinus de Bergamo 52
Gates, Bill 200
Gauchet, Marcel 213
Gaulle, Charles de 184, 188
Gaultier de Biauzat, Jean-François 92
Gaumont, Léon 125-126, 145, 166
Gautier, Théophile 116
Gavin, Philippe 186
Gellhorn, Martha 173
George al III-lea 76
George al VI-lea 167
George I 76
Géricault, Théodore 109
Giannandrea, John 201
Giffard, Pierre 135
Ginghis Han 45
Girard, René 234
Girardin, Émile de 116-117, 134, 138
Giraudoux, Jean 169
Giroud, Françoise 187
Giscard d'Estaing, Valéry 189
Gladstone, William Ewart 126
Glauer, Rudolf 155
Glinka, Mihail Ivanovici 171
Gloucester, William Henry, duce de 81
Gobright, Lawrence 114
Goddard, Mary Katherine și Sarah 83
Goddard, William 87
Goddet, Jacques 185

Goebbels, Joseph 156, 166, 169
Gorbaciov, Mihail 194-195
Gordeaux, Paul 185
Gordon, Thomas 76, 86
Gouges, Olympe de 93
Graham, Katharine, născută Meyer 176, 178
Graham, Phil 176
Greeley, Horace 112-113
Grégoire, Henri, abate 90
Grigore al XI-lea 36
Grimm, Friedrich Melchior von 81
Groot, Anthony de 74
Gross, Bill 202
Grossman, Vasili 171
Grotius, Hugo 73
Grousset, Paschal 133
Guerin, Veronica 225
Guez de Balzac, Jean-Louis 62
Guity, Sacha 167
Guizot, François 107
Gumilev, Nikolai 194
Gutenberg, Johannes 50-51

H

Hachette, Louis 111, 133, 136
Hadden, Briton 148
Halifax, Thomas 77, 87
Hall, David 86
Hall, Evelyn Beatrice 81
Hallock, Gerard 107
Hamada Hikoso 121
Hamilton, Alexander 88-89
Hamilton, Andrew 83
Hansard, A.W. 121
Harris, Benjamin 71-72
Harris, Corra 143
Hashizun Kanichi 121

Havas, Charles 110-111, 127, 135
Havin, Léonor-Joseph 117
Haywood, Elizabeth 76
Hazlitt, William 102
Hearst, George 130
Hearst, William Randolph 128, 130-132, 148
Hébert, Jacques-René 92-94
Hébrard, Adrien 138
Helsey, Édouard 141
Hemingway, Ernest 173
Henric al III-lea (rege al Angliei) 34
Henric al III-lea 49, 58
Henric al IV-lea 55, 64
Henric al VIII-lea (rege al Angliei și Irlandei) 50, 56
Henric I (rege al Angliei) 34
Henrietta, Maria 69
Henry, Hubert-Joseph, colonel 136
Heredia, José-Maria de 133
Herodot 30
Hersant, Robert 186
Hervé, Gustave 142
Herzen, Alexander 141
Hesiod 30
Hess, Rudolf 172
Heynlin, Jean 51
Hicky, James Augustus 84
Hilten, Casper van 62, 64
Himmeler, Heinrich 172
Hiroyuki Nishimura 233
Hitler, Adolf 144, 149, 155-156, 165-166, 169
Hobbes, Thomas 74
Hoe, Richard 108
Hoffman, Reid 205
Hohenlohe, Stephanie von 149
Hohenzollern-Sigmaringen, Leopold von 119-120
Holt, John 83
Honoré, Philippe 225
Hoover, Herbert 160
Horowitz, Ben 274
Hozier, Pierre d' 65
Hugenberg, Alfred 139, 155

Hugo Capet 40
Hugo, Victor 101, 113
Hulton, Edward, baronet 149
Hume, David 74
Hus, Jan 40
Hussein, Saddam 197
Hutin-Desgrées, Paul 185

I

Iacob al II-lea 70-71
Iacob I 68
Iakir, Iona 193
Ibn Awkal, Joseph 44
Ibn Battuta 46
Ibn Khordadbeh 43-44
Ibn Rushd 262
Iger, Bob 228
Ingram, Herbert 114
Inocențiu al II-lea 35
Inocențiu al VI-lea 35-36
Inukai Tsuyoshi 157

J

Jacques de Molay 41
Jannikos, Jannis 194
Janssen, Broer 62
Jaramillo, Nevith Condés 225
Jaurès, Jean 137
Jay, John 88
Jefferson, Thomas 88-89, 102
Jenson, Nicolas 51
Johannes von Köln 51
Johnson, Lyndon B. 179-180

Jones, Roderick 126
Jôno Denpei 140
Jourde, François 133
Judson, Arthur 160
Jullien, Marc-Antoine 96
July, Serge 186

K

Kahn, Robert E., „Bob” 199
Kangxi 72
Kellogg, Mark 127
Kemsley, Gomer Berry, apoi viconte 149-150
Ken’ichiro Yoshida 228
Kennedy, John Fitzgerald 178-179, 181, 207
Kéralio, Louise-Félicité de, zisă și Louise Robert 92
Kessel, Joseph 154, 185
Khashoggi, Jamal 225
Khomeini, Ruhollah 233
Kilar, Jason 228
Kingswell, George Herbert 214
Kleinrock, Leonard 198
Koenig, Friedrich 102
Krieger, Mike 207

L

La Beaumelle, Laurent Angliviel de 81
La Courbe, Michel Jajolet de 72
La Court, Simon de 82
La Fayette, Oscar du Motier de 107
La Harpe, Jean-François de 96
La Luzerne, César-Guillaume de 91
La Rochefoucauld, Louis Alexandre, duce de 88, 91, 93
Labro, Philippe 185

Lacroix, Guillaume 208
Lagardère, Jean-Luc 189
Lallement, Bernard 186
Lamartine, Alphonse de 101, 113, 117
Lambert, Nicolas 84
Lamennais, Félicité Robert de 117
Lami, Giovanni 78
Langlois, Isidore Thomas 96
Lario, Veronica 228
Lassalle, Ferdinand 259
Laval, Pierre 187
Lavrov, Piotr 140-141
Lazareff, Pierre 185-186, 188
Lebedev, Aleksandr 195
Lecache, Bernard 153
Lechenperg, Harald 191
Lee, Robert Edward 113
Lenoir, Pierre 142
Leon al X-lea 55
Leonsis, Ted 201
Leroux, Gaston 133
Lescure, Pierre 189
Levitan, Iuri 171
Levy, Joseph 115
Lévy, Lucien 162
Liebknecht, Karl 259
Liebold, Ernest 144
Lincoln, Abraham 108, 113-114, 118
Lissagaray, Prosper-Olivier 133
Litvinov, Maksim 193
Lloyd George, David 149, 151
Lomax, Louis 178
Londres, Albert 137, 151-152, 154
Longueville, Marie de 66
Loret, Jean 66
Louis-Dreyfus, François 165
Louverture, Toussaint 94
Lubac, Jacqueline de 167
Luce, Henry 148-149, 163, 172
Ludovic al IX-lea 34
Ludovic al XIII-lea 64

Ludovic al XII-lea 53
Ludovic al XI-lea 49, 52
Ludovic al XIV-lea 63, 67-68, 70, 78-79, 95
Ludovic al XVIII-lea 98, 101
Ludovic al XVI-lea 90, 92, 94
Ludovic Filip I 107, 117
Lumière, Louis 125
Luo Guanzhong 48
Luther, Martin 53-54, 58
Luzac, Élie și Étienne 74
Luzac, Jean 74

M

Ma Huateng 227
Ma, Jack (Ma Yun) 273
Machiavelli, Niccolò 73
Madison, James 88-89, 102
Maffei, Scipione 78
Magellan, Fernando de 22
Mahmud al II-lea 104
Mahomed al II-lea 51
Maiakovski, Vladimir 158
Mailly, Jean de 40
Malesherbes, Chrétien-Guillaume de Lamoignon de 80
Mandel, Georges 167
Mann, Thomas 166
Mantova, Ercole Gonzaga, cardinal de 55
Manuel I Comnen 40
Marat, Jean-Paul 92-94
Marcel, Jean-Joseph 96
Marconi, Guglielmo 125, 167
Marcus, Antonius 32
Maréchal, Maurice 142, 152
Marinoni, Hippolyte 108
Maris, Bernard 225
Marot, Clément 58
Marvel, Andrew 86

Marx, Karl 115, 117, 259, 277
Mauroy, Prosper 101
Maximilian I 50, 52-53
Maxwell, Robert 183
Mayer, Eugène 133
Mazarin, Jules 66
McCarthy, Joseph 178
McCullagh, Joseph Burbridge 114
McLuhan, Marshall 175
Medici, Giulio de (papa Clement al VII-lea) 55
Medici, Maria de 64
Mehmet Ali 104
Meiji (împărat) 121, 139
Méliès, Georges 125
Mentelin, Johannes 51
Merenptah 25
Merle, Eugène 142, 152
Merlin, Louis 188
Mesguich, Félix 125
Metternich, Klemens von 99
Meucci, Antonio 124
Meyer, Arthur 138
Michel, Louise 133
Michelson, Charles 188
Migne, Jacques-Paul (abate) 116
Milholland, Inez 143
Millaud, Moïse Polydore 116, 118, 133, 138
Millière, Jean-Baptiste 133
Milton, John 69
Mirabeau, Honoré Gabriel Riqueti, zis 91-92
Mirbeau, Octave 133
Mitterrand, François 189
Mockapetris, Paul 199
Mohr, Georg Christoph 77
Molière, Jean-Baptiste Poquelin, zis 67
Moltke, Helmuth Johannes Ludwig, conte von 120
Momoro, Antoine-François 92
Montalivet, Camille de 110
Montenegro, Pamela 225
Montferrat, Adelaïde de 35
Montulli, Lou 201

Moore, Arthur 142
Morgan, John Pierpont 131
Morgan, Katharine Every 144
Morrison, Robert 104
Morse, Samuel 103, 106-107
Morton, Thomas 71
Mosley, Oswald 164
Mozart, Wolfgang Amadeus 137
Mündler, Eugen 192
Murdoch, Rupert 182-183, 211, 228
Murray, John 102
Murrow, Edward R. 164, 174, 177-178
Musk, Elon 252, 256
Mussolini, Arnaldo și Benito 158

N

Nadar, Félix Tournachon, zis 135
Napoleon al III-lea, născut Louis-Napoléon Bonaparte 117, 119
Napoleon I, Napoleon Bonaparte apoi 94, 96-100, 119
Naquet, Alfred 134
Nazzari, Francesco 60
Nedham, Marchamont 68-69
Neferefre 25
Nero 33
Neuharth, Alan 181
Newberg, Nathaniel 68
Nicolae al II-lea 140
Nielsen, Arthur 148, 173
Niépce de Saint-Victor, Abel 109
Niépce, Joseph Nicéphore 109
Ningzong 45
Nissim, Nahrai ben 44
Nixon, Richard 178, 180-181
Nkrumah, Kwame 197
Noble, Edward 173
Noir, Victor 119
Nora, Pierre 213

Northcliffe, Alfred Harmsworth, viconte 128-129, 149-150
Nozaki Bunzô 140
Nur al-Din 42

O

Ochlik, Rémi 225
Ochs, Adolph 131
Ockham, William de, călugăr 40
Omidyar, Pierre 201
O'Neill, Peggy 167
O'Reilly, Mary Boyle 143
Orwell, George 237
Ourrad, Mustapha 225
Outcault, Richard Felton 130-131

P

Filip al II-lea (rege al Spaniei) 55, 57
Filip al IV-lea, zis cel Frumos 35, 41
Pacha, Bolo 142
Pacioli, Luca 50
Page, Larry 201
Pain, Olivier 133
Paine, Thomas 87-88
Paley, William S., zis Bill 161, 163-164, 182
Palma Cayet, Pierre Victor 55
Panckoucke, Charles-Joseph 81, 92
Pange, François de 94
Pannartz, Arnold 51
Parisau, Pierre-Germain 92
Parks, William 84
Pascal, Blaise 66
Paston, Margaret 50
Patenôtre, Raymond 152

Pathé, Charles 126, 166
Pathé, Émile 126
Paty, Samuel 232-233
Pearl, Daniel 225
Pepin cel Scurt 40
Perdriel, Claude 187
Perski, Konstantin 125
Pétain, Philippe 154, 170, 173
Philippides 30
Pia, Pascal 185
Pickering, Lewis 68, 83
Piero dela Memoria 49
Pietro Aretino 55
Pius al V-lea 55
Pius al XI-lea 151
Podesta, John 233
Poli, Giovanni 55
Polignac, Jules, conte de 101
Politkovskaia, Anna 225
Pollitt, Harry 165
Polybios 31
Poole, Christopher 233
Popper, Karl 262
Postel, Jon 199
Pouzin, Louis 199
Price, Byron 172
Privat, Maurice 162
Promio, Alexandre 125
Proudhon, Pierre-Joseph 117
Proust, Marcel 137
Prouvost, Jean 154, 165, 169
Prudhomme, Louis Marie 91-92
Pucci, Antonio (cardinal) 55
Pulitzer, Joseph 130-131

Q

Qin Shi Huangdi 27

R

Rabaut-Saint-Étienne, Jean-Paul Rabaut Saint-Étienne, zis 91
Rabelais, François 58
Racine, Jean 65
Raffalovitch, Arthur 153
Ramses al II-lea 25
Ratcliffe, John 234
Ratdolt, Erhard 52
Raymond, Henry Jarvis 113
Reagan, Ronald 181-182
Redon, Claude 91
Redstone, Sumner 228
Reetz, Wilhelm 191
Regnault de Saint-Jean d'Angély, Michel 96
Reith, John 172
Remington, Eliphalet 124
Rémy, Caroline 137
Renan, Ernest 101
Renard, Jules 133
Renaudot, Théophraste 64-66, 80, 206
Reuter, Herbert de 126
Reuter, Julius 111
Richard al III-lea 49
Richelieu, Armand Jean du Plessis 64-66
Richer, Étienne și Jean 64
Ridpath, George 75
Rigault, Raoul 133
Rimski-Korsakov, Nikolai 171
Rinehart, Mary Roberts 143
Ripault, Louis 98
Ritzsch, Timotheus 61
Rivarol, Antoine de 92
Roberts, Brian L. 228
Robertson, John 104
Robespierre, Maximilien de 93-94
Roche, Jules 133
Rochefort, Henri 119, 133
Roger I 35
Romier, Lucien 154

Romilly, Jean 82
Romulus Augustulus 34
Roon, Albrecht von 120
Roosevelt, Franklin Delano 148, 163-164, 172, 178, 181
Roper, Abel 75
Rosenberg, Alfred 191
Rosselli, Carlo și Nello 157
Rostand, Edmond 145
Rothermere, Harold Sidney Harmsworth, baron apoi viconte 149
Rothermere, Vere Harmsworth, al III-lea viconte 183
Rousseau, Jean-Jacques 74, 80-81
Rousselet, André 189

S

Sabbagh, Pierre 187-188
Sainte-Beuve, Charles-Augustin 101
Saint-Exupéry, Antoine de 154
Sallo, Denis de 67
Sand, George 101, 117
Sanger, Larry 205
Sargon 24
Sarnoff, David 160
Sartre, Jean-Paul 186
Scherl, August 139
Scheurl, Christoph von 53
Schirach, Gottlob Benedikt von 77
Schumann, Maurice 170
Schuschnigg, Kurt 165
Schwartz, Roy 208
Schweitzer, Hans 156
Scott de Martinville, Édouard-Léon 124
Scripps, Edward Willis 128, 130, 132
Scripps, George 148
Scripps, William Edmund și William John 159
Sefid I 65
Ségur-Dupeyron, Pierre de 101
Sennep, Jean-Jacques Charles Pennès, zis Jean Sennep 185

Serre, Hercule de 185
Servan-Schreiber, Jean-Jacques 187
Shakespeare, William 49
Shannon, Claude 198
Sharkey, Tina 201
Sheridan, James 128
Sherman, John 131
Shi Nai'an 48
Shirer, William 164
Shukla, Jugal Kishore 104
Siegel, Maurice 188
Sigl, Johann Baptist 139
Silvestru al II-lea 40
Simenon, Georges 154
Simond, Henri 137, 151
Simpson, Stanley 150
Simpson, Wallis 149
Singer, Édouard 110
Sion, Matthieu Schiner, cardinal de 55
Sitting Bull 127
Škalda, Josef 169
Sleigh, Arthur 115
Slim, Carlos 211
Smadja, Henri 185
Smith, William Henry 94, 111
Speyer, Johann și Wendelin von 51
Spinoza, Baruch 73
Springer, Axel 192-192
Stalin, Iosif 171, 192-193
Stallman, Richard 199
Steele, Richard 75-76
Stefani, Guglielmo 111
Steinbeck, John 173, 179
Stevenson, Robert Louis 114
Sting, Gordon Matthew Thomas Sumner, zis 201
Stirn, Jakob Maximilian 77
Støetzel, Jean 190
Stone, Melville 127
Streicher, Julius 156
Stumpp, Emil 156
Suard, Jean-Baptiste-Antoine 81

Sue, Eugène 116
Sun Tzu 27
Sundiata Keita 46
Sweynheim, Conrad 51
Systrom, Kevin 207

T

Tagore, Rabindranath 153
Taine, Hippolyte 101
Tang Xianzu 48
Tappan, Arthur 103
Tassis, Alessandro de, Francesco de, Jannetto de 50
Tasso, Omedeo 37-38
Taylor Greene, Marjorie 234
Teodosie al II-lea Caligraful 34
Teqla, Bishara și Saleem 140
Téry, Gustave 151
Tesson, Philippe 185-186
Thiers, Adolphe 121, 133
Thomas de Cobham 35
Tignous, Bernard Verlhac, zis 225
Tocqueville, Alexis de 102-103
Tokugawa Yoshinobu 72, 121
Toletanus, Johannes 40
Tolstoi, Lev 144
Tomlinson, Ray 198
Topliff, Samuel 103
Touré, Sékou 197
Tousey, Sinclair 111
Townsend, Henry 115
Trenchard, John 76, 86
Tronchet, François Denis 91
Tronchin Du Breuil, Jean 63
Trow, George W.S. 203, 234, 251
Trump, Donald 218, 222, 234, 265
Tudor, Mary (Maria I) 68
Turenne, Henri de 185

Turgot, Anne Robert Jacques 88
Turner, Ted 181
Tyndale, William 56

U

Uderzo, Albert 185
Ullstein, Leopold 139
Ussieux, Louis Dussieux, zis d' 82
Ut, Nick 180

V

Vail, Alfred 106
Vaillant-Couturier, Paul și Marie-Claude, născută Vogel 153
Valentinianus al III-lea 34
Vallès, Jules 132
Vallisnieri, Antonio 78
Van den Keere, Pieter 62
VandeHei, Jim 208
Vaughan, Ernest 136
Velikanova, Tatiana 194
Verlon, Claude 225
Verne, Jules 115, 130
Vernier, Jean-Claude 186
Verri, Alessandro și Pietro 78
Veuillot, Louis 116
Victor Emanuel al II-lea 111
Victoria (regina) 114
Vigny, Alfred Victor 101
Villemessant, Hippolyte de 118, 138
Virot, Alex 165
Visconti, Luchino 254
Vogel, Cosette, născută de Brunhoff 153
Vogel, Lucien 153

Voiture, Vincent 65
Voltaire, François-Marie Arouet, zis 74, 80-81, 94

W

Waldegrave, Maria Walpole, contesă de 81
Walker, Alexander 104
Walter, John 77, 129
Washington, George 87, 89
Webb, James Watson 107
Weerth, Georg 117
Wellington, Arthur Wellesley, duce de 99
Wells, Herbert G. 164
Wentzel, Richard 126
Wheatstone, Charles 106
Wilde, Oscar 128
Wilhelmina (regina Țărilor de Jos) 126
Wilkes, John 76
William I 119-121
William al III-lea 70, 75
Wilson, Woodrow 143, 151
Wirsing, Giselher 191
Witte, Serghei 140
Wolff, Bernhard 110-111, 126
Wolff, Wilhelm 117
Wolinski, Georges 225
Woodhull, Victoria 129
Woodward, Bob 180
Wu Cheng'en 48

X

Xau, Fernand 133

Y

Yijū, Abraham ben 43

Youlou, Fulbert 197

Z

Zell, Harry von 163

Zenger, Anna 83

Zenger, John Peter 83

Zeno, Apostolo 78

Zimri-Lim 24

Zola, Émile 123, 132-133, 135-136, 253

Zucca, André 168

Zuckerberg, Mark 206, 227, 264

[*](#) Numărul paginilor se referă la ediția tipărită a cărții și la ediția digitală în format PDF.

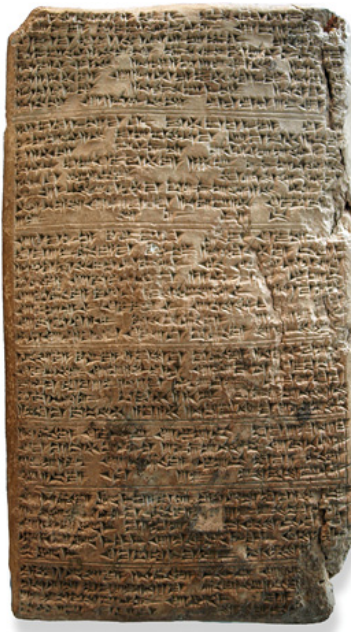
Mulțumiri

Mulțumesc lui Diane Derat-Carrière, Charlotte Meyer, Pierre Plasmans și Brice Saint-Cricq pentru că au acceptat să verifice un foarte mare număr de fapte citate în carte și să organizeze prezentarea anexelor și a surselor bibliografice.

Mulțumesc lui Christophe Barbier, Pierre Bellanger, Nicolas Beggruen, Nicolas Brimo, Julia Cagé, Angèle Christin, Jean-Marie Colombani, Olivier Duhamel, Frédéric Filloux, Éric Fottorino, Nathan Gardels, Paul Hermelin, Serge July, Philippe Labro, Guillaume Lacroix, Alexis Lévrier, Maurice Lévy, Stéphane Lévy, Laurent Martin, Moisés Naím, Bruno Patino, Pierre-Henry Salfati, David Sela și multor altor ziariști, patroni de presă, tehnologi, viitorologi, sociologi, istorici, personalități politice din lumea întreagă pentru că au acceptat să dialogheze cu mine mulți ani despre opiniile și analizele lor asupra istoriei, rolului și viitorului mass-mediei.

Mulțumesc lui Sophie de Closets, Diane Feyel, Thomas Vonderscher, Léa Souquet-Basiège și tuturor colaboratorilor lor de la Editura Fayard pentru minunatul lor efort editorial.

Pentru orice comentariu, am rugămintea să îmi scrieți la adresa j@attali.com



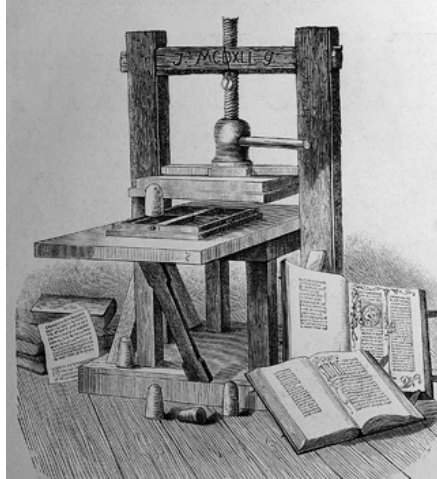
1. Scrisoare trimisă de regele Tushratta al regatului Mitanni către Amenhotep al III-lea (secolul al XIV-lea î.e.n.), găsită la El Amarna. Scrisul este dispus în rînduri, iar elemente de separare despart între ele diferitele părți ale scrisorii.



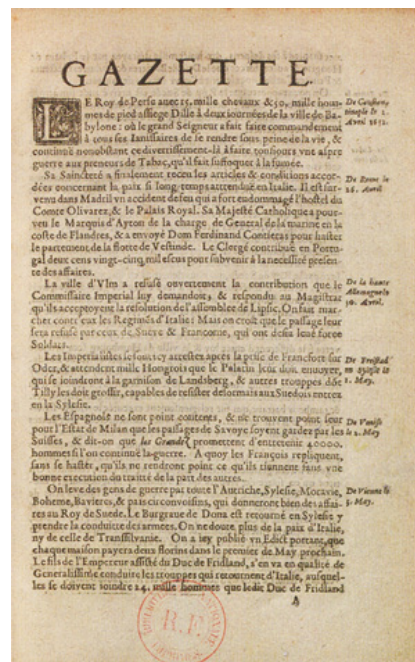
2. Reproducere a unui *Dibao* sau „raport al rezidențelor oficiale” al curții imperiale chineze, primul periodic apărut în secolul al IX-lea.

二月甲戌	皇帝自東封還賞賜有差丙子	上躬耕於興慶宮側盡五百步辛巳還	鴻臚卿崔琳使於吐蕃琳神慶之子	也壬午	上幸鳳泉湯興慶還京師五月丁卯	上幸鳳山溫泉丁酉還宮戊寅以旱于	大都護忠王流鎮河北道行軍元帥	以御史大夫李朝隱京兆尹裴仙先	副之帥十八總管以討吳契丹命	百官相見於光明門庚辰	皇帝幸鳳山溫泉甲申還宮乙酉	上幸鳳泉湯丁亥還宮召見百官賞賜
------	--------------	-----------------	----------------	-----	----------------	-----------------	----------------	----------------	---------------	------------	---------------	-----------------

3. Vînzător ambulant german cu un număr din *Neue Zeitung*.



4. Presa lui Gutenberg.



5. Ziarul *Gazette* al lui Théophraste Renaudot, exemplar din 1631.



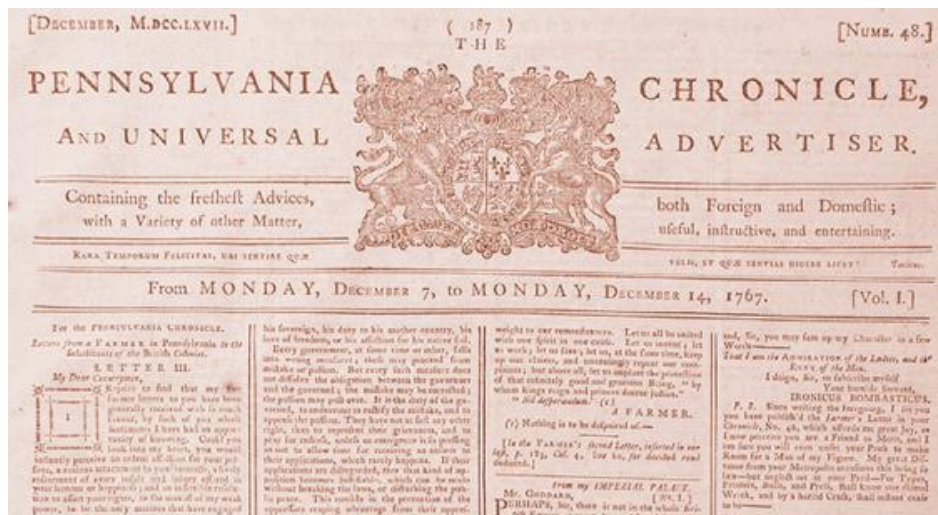
6. Gazette de Leyde.



7. Cel mai vechi *kawaraban* păstrat din Era Edo, înfățișînd sfîrșitul asediului de la Osaka din 1615.



8. The Daily Courant, primul cotidian din lume, creat în 1702 în Anglia.



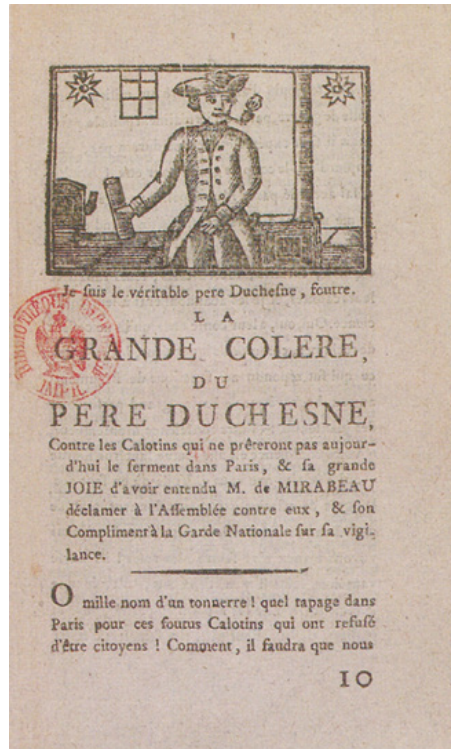
9. Pennsylvania Chronicle publică pamfletul lui John Dickinson „Letters from a Farmer in Pennsylvania”.



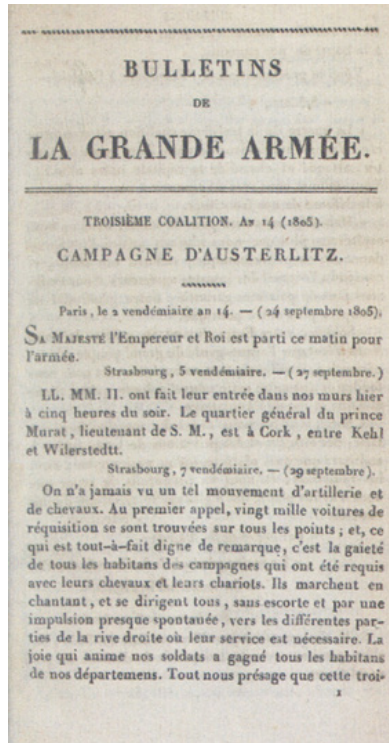
10. Prima femeie redactor-șef, Louise de Kéralio.



11. Prima ediție a periodicului *The Female Spectator*, 1744, creat de Eliza Haywood.



12. *Le Père Duchesne* al lui Jacques-René Hébert, 1791.

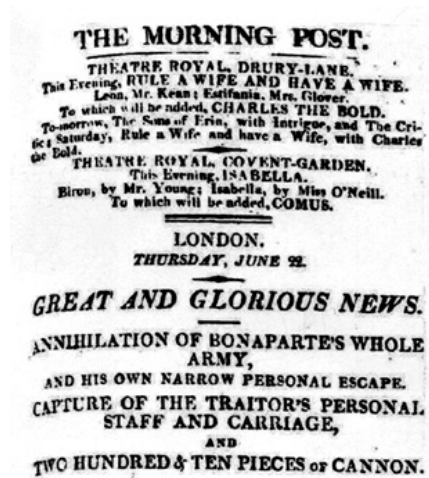


13. *Bulletins de la Grande Armée* ale lui Napoleon, primul exemplar din 1805.



14. În 1842, crearea primului săptămânal ilustrat din lume, *The Illustrated London News*, printre ai cărui contributory s-a

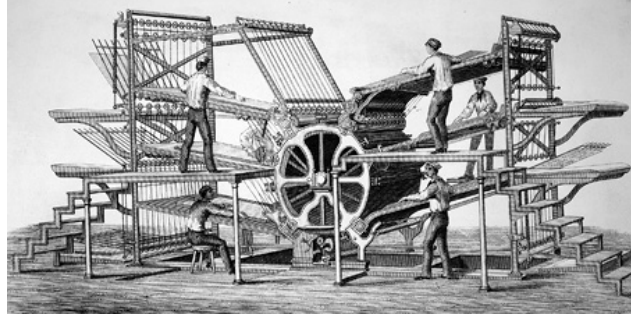
numărat și Louis Stevenson (aici, ediția din 20 decembrie 1851).



15. Waterloo în presa britanică (aici, în *The Morning Post*).



16. Vagon poștal (Royal Mail) în Anglia în secolul al XIX-lea.



17. Rotativa cu șase cilindri inventată de Richard Hoe.



18. „O cină în familie”, desen de Caran d’Ache publicat în *Le Figaro* din 14 februarie 1898, care ilustrează dezbinarea francezilor (legende: sus – „Mai presus de toate, să nu vorbim despre afacerea Dreyfus”; jos – „Au vorbit”).



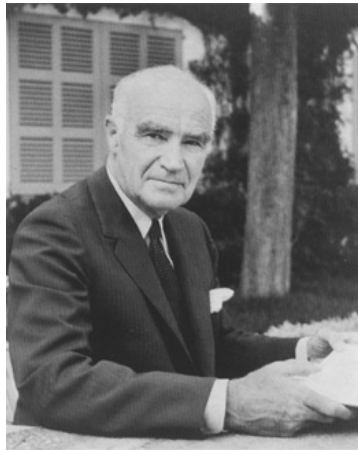
19. Charles Pathé creează *Pathé-Journal* în 1908.



20. În timpul gripei spaniole, ziarele întîrzie să ia pandemia în serios. Sunt propuse remedii miraculoase (îndoielnice), ca în cazul acestei reclame în Franța.



21. În 1918, Henry Ford devine director responsabil de conținut la *The Dearborn Independent*, pe care îl transformă într-un ziar antisemit.



22. Henry Luce (1898-1967), fondator al publicației *Time Magazine*.



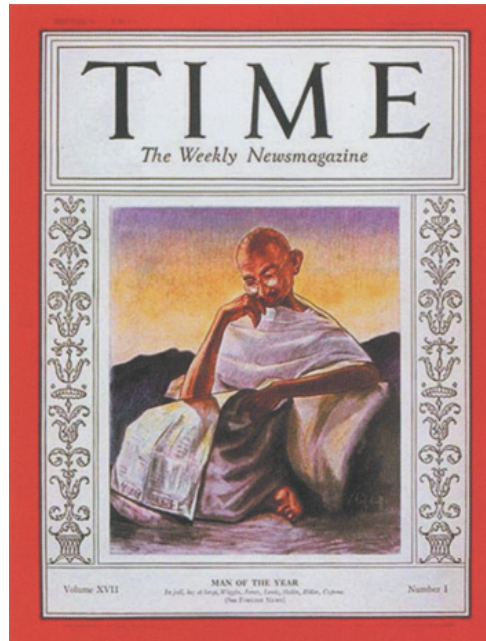
23. Joseph Pulitzer (1847-1911), mare patron de presă american.



24. William Randolph Hearst (1863-1951), mare patron de presă american.



25. Janet Flanner, corespondentă a săptămînalului *The New Yorker* la Paris între 1925 și 1975.



26. Gandhi, omul anului în *Time*, 1930.



27. *The Times of India* anunță moartea lui Gandhi, 31 ianuarie 1948.



28. Edward Murrow (1908-1965), jurnalist mitic la CBS.



29. Epoca de maximă înflorire a sălilor de jocuri video, la începutul anilor 1980.



30. Primul Facebook, 2004.



31. Primul tweet, postat de Jack Dorsey (fondatorul Twitter-ului) în 2006.